



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Kandidatuppsats
Medie- och kommunikationsvetenskap

Vad är svaret på tidningsdöden?

*En kvalitativ studie om unga
universitetsstudenters nyhetskonsumtion*



Författare: Karolina Andersson

Handledare: Mikael Rinaldo

Examinator: Sara Hamqvist

Termin: VT14

Ämne: Medie- och
kommunikationsvetenskap

Nivå: Kandidat

Abstract

Author: Karolina Andersson

Title: What is the answer to the death of the newspaper? A qualitative study about young university students news consumption.

Location: Linnaeus University

Language: Swedish

Number of pages: 49

The media industry, and especially the news, in Sweden is living in a dark world that seems to get even darker by the minute. According to Nordicom (2013) the number of readers in the ages 15-24 has dropped by 24 percentage points between 2007 and 2012. This is a big problem for the news industry, but also for democracy that require citizens that are well-read and know what is going on in society. Enda and Mitchel (2013) found that 65% of people in the USA have stopped reading a certain news source since it no longer fits their needs. Maybe with a better understanding for young adults needs this trend can change.

This qualitative study was conducted using interviews with eight respondents to find out why young adults who study at a university consume news. The main research questions were 1) how does interests affect news consumption, 2) how does social relationships affect news consumption and 3) what affects the choice of news media.

Interests seem to affect news consumption when it comes to what kind of news you take part of, but it doesn't affect how much you consume. Social relationships also appears to affect news consumption and in different ways depending on what social context these young adults are in. What seems to affect the choice of news media the most is the possibility to be able to choose what kind of news you want to take part of along with a good outline of what's going on in the world.

Nyckelord

uses & gratifications, theory of the niche, news consumption, young adults, university students, qualitative, universitetsstudenter, unga vuxna, nyhetskonsumtion, tidningsdöden, kvalitativ

Förord

Det har varit ett par intressanta veckor och jag vill tacka mina åtta respondenter för att de ställde upp och delade med sig av sina tankar och erfarenheter. Utan dem hade det inte blivit någon uppsats och jag hoppas att det var lika lärorikt för dem som det var för mig.

Jag vill även rikta ett stort tack till Mikael Rinaldo, vars tankar kring uppsatsen har hjälpt på vägen. Sist, men inte minst, vill jag tacka Örjan Petersson för att han under dessa tre år har fått mig att inse min potential och talang inom media management-området. Utan honom hade jag aldrig börjat intressera mig för tidningsdöden i denna utsträckning.

Trevlig läsning!

Karolina Andersson

Innehåll

1	Introduktion	1
1.1	Definitioner	3
1.1.1	<i>Unga vuxna</i>	3
2	Litteraturgranskning	4
2.1	Behov	4
2.1.1	<i>Nya behov?</i>	6
2.1.2	<i>Vanor</i>	7
2.2	Nya mediekoncept	7
2.2.1	<i>Mobila nyheter</i>	9
2.3	Nischer	10
3	Syfte och frågeställningar	12
3.1	Syfte	12
3.2	Frågeställningar	13
3.3	Avgränsningar	13
4	Metod	14
4.1	Forskningsmetod & vetenskapligt synsätt	14
4.2	Datainsamling	14
4.2.1	<i>Intervjuguide</i>	15
4.3	Urval	15
4.4	Genomförande av intervjuer	16
4.5	Analysmetod	17
4.6	Generaliseringsanspråk	18
4.7	Forskningsetiska principer	18
5	Empiri och analys	20
5.1	Intressen	20
5.2	Sociala relationer	23
5.2.1	<i>Skolan</i>	28
5.3	Val av nyhetsmedium	29
5.3.1	<i>Theory of the niche</i>	33
5.3.2	<i>Vanor</i>	35
6	Slutsatser och diskussion	38
6.1	Sammanfattning och slutsatser	38
6.1.1	<i>Hur påverkar intressen nyhetskonsumtionen?</i>	38
6.1.2	<i>Hur påverkar sociala relationer nyhetskonsumtionen?</i>	39
6.1.3	<i>Vad påverkar valet av nyhetsmedium?</i>	39
6.2	Diskussion	41
6.3	Förslag på vidare forskning	42
	Referenser	44
	Bilagor	I
	Bilaga A Intervjuguide	I

1 Introduktion

De senaste åren har det pratats mycket kring begreppet tidningsdöden inom mediebranschen. Redan 2001 skrev Anne Jalakas (2001) en dyster krönika där hon målar upp en dystopisk bild av tidningarnas framtid genom att fokusera på avskedande av journalister och samarbeten mellan olika tidningar. Ett drygt decennium senare ser vi att ännu fler anställda har avskedats och att flera sparpaket har genomförts på olika tidningar (Nesser, 2013; Karlsson, 2013; Andén, 2012). Men det är inte bara avskedandet av journalister och andra medarbetare som föranleder tidningsdöden. På flera håll ser vi att tidningar köps upp av större mediekoncerner, vilket har lett till en viss likriktning i materialet hos konkurrerande tidningar på vissa orter.

Ett exempel på en sådan mediekoncentration är tidningarna Östran och Barometern som båda ägs av Gota Media AB och som numera även delar lokaler, vilket skulle kunna inkräkta på källskydd och granskningar som görs. Den lokala journalistiken är alltså den som främst drabbas av det förändrade medielandskapet och det vi ser på flera håll. TV4 lägger ner sina lokala nyhetssändningar vilket betyder att alla lokalredaktioner försvinner (TV4-Gruppen, 2014), Helsingborgs Dagblad lägger ner två lokalredaktioner (Rindevall, 2007) och Metro slår ihop de två editionerna Malmö och Göteborg till en där innehållet produceras i Stockholm (Helander, 2013).

Vi ser också rapporter om arbetsvillkor som inte är hållbara. Senast kom det ett blogginlägg från Joakim Borgudd, före detta webbredaktör på hd.se, där han skriver om sina erfarenheter kring vikariat och vad dessa dåliga arbetsvillkor kan leda till på längre sikt (Borgudd, 2014). Det är alltså en mörk tid för tidningsbranschen, vilket främst beror på minskade annonsintäkter (Resumé, 2013) och en vikande läsarskara hos pappret (Nygren & Wadbring, 2013). Tidningsdöden är ett fenomen som är på de flestas läppar och det är heller inget fenomen som bara ska förknippas med tidningsbranschen. Det påverkar också andra medieformer, som TV och radio, då tidningsdöden till mångt om mycket handlar om ett paradigmskifte gällande mediebetende och -användning.

Tidningarna har länge haft som funktion att informera människor om saker och ting i deras omvärld och därför har de också fått en stor läsarskara. Habermas (2003) menar att medierna bör fungera som ett torg där folket ska kunna utbyta åsikter fritt och vara jämställda, men ställer sig också frågan huruvida medierna missgynnar eller gynnar

detta öppna samtal. Tidningarna fyller också andra funktioner, som övervakande, tolkande, socialiserande och underhållande (Severin & Tankard, 2010), vilka hjälper läsaren att orientera sig i omvärlden. Främst är det den övervakande funktionen som efterfrågas (Zang & Zang, 2013; Lin, 1999). För samhället är det alltså viktigt att tidningarna finns kvar då de har möjlighet att kritiskt granska makten oberoende av ekonomiska och politiska påtryckningar.

I en demokrati är det viktigt att alla röstberättigade i ett land är pålästa och kan ta välinformerade beslut när de ska rösta eller göra andra val. Här spelar tidningarna en viktig roll, både för samhället och individen. Det demokratiska och kapitalistiska marknadsekonomiska samhälle vi lever i kräver tidningarnas granskningar av de organisationer som verkar i vår omvärld (Curran, 2005). Utan dem kan samhället teoretiskt sett bli lidande då exempelvis korruption inte lika okomplicerat kommer upp till ytan och för individen blir det också svårare att ta välinformerade beslut när man ska rösta med sin valsedel eller plånbok. Det är alltså essentiellt för det demokratiska samhället att tidningarna finns kvar och att det produceras tidningar som faktiskt också läses.

Enligt Nordicom (2013) har nedgången i dagstidningsläsningen varit påfallande bland ungdomar det senaste decenniet och antal läsare av dagspress i åldern 15-24 år har sjunkit med 24 procentenheter mellan 2007 och 2012, vilket inkluderar både papper och webb. Samtidigt visar Findahls (2013) studie att internet är den viktigaste nyhetskällan för ungdomar i åldern 16-25 år med ett snitt på 4,05 på en skala från 1 (inte alls viktigt) till 5 (mycket viktigt). Dagstidningar har i samma studie ett snitt på 2,57. Pew Research Center (2008) visar också att unga vuxna främst finns i två segment. Den första kallas för net-newsers som har webben som huvudsaklig källa till nyheter och även konsumerar digitala nyheter ofta. Disengaged kallas det andra segmentet och de hänger knappt med i nyhetsflödet på grund av ointresse. Det tycks alltså finnas en dikotomi där unga vuxna antingen läser och hänger med i nyhetsflödet relativt bra eller struntar i det totalt. Eftersom barn och ungdomar är framtiden är det bekymmersamt dels då denna dikotomi skulle kunna leda till en klasskillnad, något som Severin och Tankard (2010) kallar för kunskapsklyftan, och dels på grund av att de totalt sett inte verkar läsa tidningen i lika stor utsträckning som förr. På längre sikt skulle detta kunna leda till ett mindre demokratiskt samhälle och att oegentligheter inte kommer fram i ljuset. Här

kanske nyhetsorganisationerna skulle kunna göra ytterligare digitala satsningar för att försöka motverka detta och möjligtvis öka motivationen att hänga med i nyhetsflödet hos disengaged-segementet.

Enligt en undersökning i USA har 65% slutat att läsa en viss nyhetskälla för att deras behov inte har mötts, främst har de tillfrågade tyckt att kvaliteten har blivit sämre (Enda & Mitchell, 2013). Nygren & Wadbring (2013) menar att tidningarna har kommersialiserats, vilket betyder att de lätta, mer underhållande och mjuka nyheterna får större plats i pressen. Den underhållande funktionen hos medierna har alltså ökat, samtidigt som det är den övervakande som egentligen efterfrågas. De behov som unga vuxna har tillfredsställs alltså inte av de medier som finns idag samtidigt som dagstidningarna verkar dra åt ett allt mer kommersialiserat innehåll. Kanske är det med insikten om hur unga vuxnas nyhetsbehov ser ut som problematiken kring fenomenet tidningsdöden kan få ett lyckligare slut.

1.1 Definitioner

Här definieras begrepp som används i undersökningen.

1.1.1 Unga vuxna

Det finns ingen direkt definition av begreppet unga vuxna. Humlehagen (2014) menar att det är människor i åldern 20-24 år medan Socialstyrelsen (2009) menar att det istället är åldersspannet 21-25 som gäller. I den här undersökningen definieras unga vuxna som människor i åldern 20-25 år.

2 Litteraturgranskning

I detta avsnitt diskuterar jag teorier som är relevanta för undersökningen. Först tar jag upp teorier som är väl beprövade inom medie- och kommunikationsvetenskap för att sedan smalna av och ta upp nya perspektiv inom dessa.

2.1 Behov

En diskurs inom medie- och kommunikationsvetenskapen är uses & gratifications (U&G), som försöker förstå varför och hur människor använder olika medier genom att bland annat titta på vad som motiverar dem och hur deras livsstilskontexter ser ut (Eadie, 2009). Severin och Tankard (2010) påpekar att människor använder medier för massvis av olika ändamål och menar att man borde bedriva mer forskning kring vilka behov ens publik försöker att fylla. Som Enda och Mitchell (2013) har kommit fram till i sin undersökning har många amerikaner slutat att läsa en nyhetskälla då deras behov inte har mötts. Många medieinstitutioner vill inte lära känna sin publik utan ser den istället som ett mätinstrument (Ang, 1991). Även McQuail (2010) skriver att publikens betydelse är underordnad och att publiken även ses som objekt som kontrolleras av medieinstitutionerna. Inom U&G försöker man alltså att vända på frågan och ha ett mer publikvänligt perspektiv (Severin & Tankard, 2010).

Förutom U&G finns det såklart andra diskurser. Den som kommer närmast är beteendetraditionen, som fokuserar på effekter och användning av medier (McQuail, 2010). Det som skiljer sig från U&G, som också tittar på medieanvändning, är att man inte tittar på den bredare sociala funktionen som medierna tillhandahåller, exempelvis underlättandet av sociala kontakter. Man skulle också kunna argumentera för att använda sig av kultivationsdiskursen, där medierna ses som en spegling av en sociokulturell kontext och därför är en process för meningsskapande (McQuail, 2010). Fiske (1997) är inne på samma spår då han skriver att medierna ses som ett verktyg där attityder och värderingar odlas men menar att denna typ av diskurs passar bäst vid en innehållsanalys.

Även om U&G anses passa bra vid behovsforskning inom medievärlden finns det viss kritik. Framst menar Severin och Tankard (2010) att konceptet kring en aktiv publik, en av grundpelarna som U&G vilar på, är missvisande, särskilt när det gäller TV.

Samtidigt påpekar Sundar och Limperos (2013) att den aktiva publiken numera är ett faktum och att särskilt internetpubliken är så pass aktiv att människorna som utgör den istället kallas för användare. Även Lin (1999) skriver att internetpubliken visar på en högre nivå av aktivitet och också har ett syfte med sin innehållskonsumtion online. Detta syfte kallar Rubin (1984) för ett instrumentellt medieanvändande och det görs för att tillfredsställa ett informationsbehov. En nyckelfaktor med alla teknologier på webben är också att användaren har den slutliga kontrollen över hur interaktionen ser ut (Raman, 2009). McQuail (2010) menar också att tecken på aktivitet ses genom att publiken bland annat väljer bland och kritiskt svarar på innehåll och alltså använder mediet på ett instrumentellt sätt.

Det finns flera olika sätt att klassificera publikens behov och tillfredsställande. McQuail, Blumler och Brown (1972) föreslår fyra kategorier; förströelse, sociala relationer, personlig identitet och övervakning/information. Katz, Gurvetich och Haas (1973) menar istället att det finns fem kategorier; kognitiva behov, känslöbehov, personligt förenande behov, socialt förenade behov och spänningslösande behov. Whiting och Williams (2013) anser å andra sidan att det finns sju teman inom U&G-forskningen; social interaktion, informationssökande, tidsfördriv, underhållning, avslappning, kommunikation och bekvämlighet. De tre olika typer av kategoriseringar som tagits upp här är på inget sätt vitt skilda från varandra. Hur många kategorier man väljer att fokusera på styrs istället av den detaljgrad man vill ha i sin undersökning.

Att ett behov fylls betyder också att medierna fyller en funktion för människorna som använder dem. Främst är det funktionerna övervakning och förströelse som diskuteras och anses vara de mest eftersökta (Diddi & LaRose, 2006; Lin, 1999; Nygren & Wadbring, 2013; Vincent & Basil, 1997; Zang & Zang, 2013). Chen och Corkindale (2008) tar dock upp att enbart användbarheten hos digitala nyhetstjänster inte är tillräckligt för att man ska anamma dem. Samtidigt argumenterar U&G för att publiken ofta söker gemenskap (Chen & Corkindale, 2008) och Severin och Tankard (2010) tar upp en socialiserande funktion hos medierna som de menar bland annat kan minska individers känsla av rotlöshet. Berelson (1949) upptäckte också tidigt att tidningar ger, förutom användbar information, delade diskussionsämnen, en struktur för läsarens dagliga rutin och en känsla av trygghet. Lin (2002) menar också att den sociala interaktionen är viktig för användandet av digitala nyhetstjänster och Chen och

Corkindale (2008) är inne på samma spår när de skriver att nätverkande är en viktig drivkraft för att börja använda digitala nyhetstjänster. Även Pai och Arnott (2013) är inne på den socialiserande funktionen då de menar att beslutsfattande inte görs logiskt utan främst påverkas av sociala normer. Rubin (1984) menar att denna kan ses som en ritualiserad medieanvändning som, jämfört med den instrumentella som togs upp tidigare, byggs på vanor och att man vill fylla ett förströelsebehov, vilket i detta avseende tyder på en mindre aktiv publik. Ji och Fu (2013) menar dock att valet av att exempelvis titta på traditionell TV kräver mindre energi än att titta på ett program på internet, då det är ett mycket större utbud online.

2.1.1 Nya behov?

Sundar och Limperos (2013) presenterar i sin artikel fyra nya gratifikationer, modalitet, makt, interaktivitet och navigerbarhet, som syftar till att användas när man studerar nya uppkommande medier, främst internetbaserade sådana. Med modalitet menas att man har olika presentationsmetoder, där multimedia är ett vanligare ord. Sundar och Limperos (2013) menar att ett visuellt medium litas mer på än ett textbaserat, vilket delvis beror på att exempelvis bilder ger läsaren en mer realistisk känsla. Webbsidor med hög modalitet anses vara mer funktionella och attraktiva, då statiska element kan uppfattas som tråkiga (Kiouisis & Dimitrova, 2006). Samtidigt har Chen och Corkindale (2008) visat att kvaliteten på innehållet är det viktigaste, vilket i och för sig kommer från ett ledningsperspektiv och inte ett användar/publikperspektiv. Zang och Zang (2013) visar att det digitala nyhetsbläddrandet måste inkludera informationsnytta och en bra användarupplevelse samt att användarna själva väljer hur de vill få en viss nyhet presenterad, något som förenar de två förra synsätten.

Möjligtvis skulle modalitet kunna kopplas ihop med interaktivitet, som Sundar och Limperos (2013) nämner och som de definierar som att låta användaren göra ändringar i realtid. Detta gör att användaren förväntar sig att ta beslut och ha kontroll över upplevelsen, vilket även gör den mer flödesbaserad. Samtidigt menar Sundar och Limperos (2013) att de fyra gratifikationer som de presenterar inte enbart kan ses bland nya medier utan även bland traditionella sådana och menar att dessa nya gratifikationer som ses i forskningen är mer specifika än de gamla som är mer generella till sin natur. Vidare ställer de sig frågan huruvida dessa nya gratifikationer, som baserar sig på nya medier, påverkar mottagandet av traditionell media.

2.1.2 Vanor

Enligt Findahl (2013) spenderar 16-25-åringar 2,3 timmar per vecka med att läsa dagstidningar, varav 1 timme är på webben och 1,3 timmar på papper. Diddi och LaRoses (2006) studie om universitetsstudenter visar att vana är en stor del i hur man väljer att konsumera nyheter. I och med att internet består av en mängd medieval faller man ofta tillbaka på de vanor man har för att spara på ens mentala resurser. Weibull (1985) menar också att man väljer att komma tillbaka till ett medium som tillfredsställer ens behov. Detta gör också att man blir mindre medveten om sina vanor eftersom man inte observerar sig själv i samma utsträckning när man har etablerat en medievana (Diddi & LaRose, 2006). Sundar och Limperos (2013) skriver också att det är de behov som redan existerar hos användaren som bestämmer vilken sorts tillfredsställelse som söks från medierna. Eadie (2009) menar att den kontext användaren befinner sig i påverkar medieanvändandet. Vidare kan man se att universitetsstudenter tycks bli insocialiserade i att använda nyhetstjänster för specifika syften under sina studieår (Vincent & Basil, 1997). De skriver också att de inte såg några skillnader beroende på ålder och kön, vilket kan tyda på att förändringen i nyhetsanvändande beror på ändrade socialiseringsprocesser i samhället.

Samtidigt påpekar Eadie (2009) att det medieval som publiken gör är målinriktat och att man vänder sig till ett medium för att tillfredsställa ett specifikt behov. Men som Pai och Arnott (2013) skriver fattas beslut inte på logiska grunder, utan troligtvis påverkar de sociala relationerna ens slutgiltiga beslut en i större omfattning. Gripsrud (2002) talar om habitus och menar att sociala regler kan lagras och göra att man beter sig på ett visst sätt i en viss situation och är alltså en produkt av den socialiseringsprocess som vi genomgår. Samtidigt kan vanor brytas när dagliga rutiner byts ut mot nya sådana, vilket unga vuxna som flyttar hemifrån för att studera är ett exempel på (Diddi & LaRose, 2006).

2.2 Nya mediekoncept

Termen nya medier möts med en viss skepticism då man menar att all media har varit ny vid en viss tidpunkt i historien och att ett nytt medium bygger på ”gammal” teknik (Nygren & Wadbring, 2013; Gane & Beer 2008; Creeber & Martin, 2009). Men som Creeber och Martin (2009) skriver är nya medier den term som främst associeras med den väsentliga skiftning som har skett inom mediebranschen de senaste åren. Denna

skiftning anser Gane och Beer (2008) bero på framkomsten av ett samhälle där produktion, utbyte och konsumtion av information är det som har ett värde. Här spelar internet en viktig roll då det är baserat på ett nätverk, vilket är informationssamhällets grund (Castells, 2002). Internetpubliken har också ett syfte med sin innehållskonsumtion online (Lin, 1999) och de kontrollerar också hur interaktionen ser ut (Raman, 2009). Även Clark och Van Slyke (2011) är inne på detta fenomen då de skriver om uppkomsten av bloggofären och att publiken själva har omdefinierat och ombildat hur journalistik konceptualiseras, skapas och distribueras. Castells (2002) skriver att internet har bidragit till att forma nya individualistiska umgängesformer, där individer bygger nätverk med utgångspunkt i sina värderingar, intressen och tycken. Man väljer alltså sina gemenskaper i större utsträckning. Detta nätverkande ser Chen och Corkindale (2008) som en viktig drivkraft bakom anammandet av nyhetstjänster online.

En av de främsta egenskaperna hos de nya medierna är interaktivitet (Severin & Tankard, 2010). Hur man definierar interaktivitet beror på vilken bakgrund man har, men främst har det två betydelser. Enligt Severin och Tankard (2010) kan man se det som att en användare interagerar med en dator eller som att två människor interagerar med varandra, men menar att vid internetanvändning kan båda dessa betydelser samverka. Sundar och Limperos (2013) tar också upp interaktivitet och menar att det är en ny gratifikation och är mer inne på interaktionen mellan dator och användare när de definierar begreppet. Creeber och Martin (2009) tar mer fasta på den datormedierade kommunikationen och menar att interaktivitet är en del av en deltagande kultur som har uppkommit de senaste åren. Enligt Boyd och Ellison (2008) har de sociala nätverkssidorna blivit mer och mer populära på sistone. De kan alltså vara en del av medieanvändningen som Berelson (1949) menar görs för att bland annat hitta användbar information och diskussionsämnen. Samtidigt skriver Sundar och Limperos (2013) att användarna vill ha och förväntar sig mer interaktivitet samtidigt som de svarar negativt på innehåll som kräver väldigt mycket interaktivitet.

Diddi och LaRose (2006) fann i sin undersökning att portaler var en av de mest använda nyhetskällorna bland universitetsstudenter. Man bör också ta i beaktande att man i allt större utsträckning skapar nätverk som utgår från ens egna intressen (Castells, 2002) samt att användarna har en stor, nästan okontrollerbar, tillgång till nyheter (Aljukhadar,

Senecal & Daoust, 2012; Beam & Kosicki, 2014). Här blir den personliga upplevelsen, där användaren kan välja vilken typ av information som är mest relevant och intressant för hen (Beam & Kosicki, 2014), viktig. Fortunati, Deuze och de Luca (2014) är också inne på detta då de skriver att den sociala strukturen påverkar läsandet mer idag. Digitala nyhetstjänster måste alltså hjälpa läsaren att bli matchad med nyheter som passar hen och därmed också bli en personlig rekommendationstjänst (Lin et al., 2014). Detta beror främst på att vi lever i en informationsrik värld där läsarna har svårt att skapa mening (Beam & Kosicki, 2014). Aljukhadar, Senecal och Daoust (2012) har också kommit fram till att sådana rekommendationer minskar de negativa effekterna av den överbelastning av information som vi har i dagens samhälle. Beam och Kosicki (2014) har också påvisat ett positivt samband mellan personliga nyhetsportaler och nyhetsförvärv. I och med att den övervakande funktionen är så pass viktig för läsarna (Diddi & LaRose, 2006; Zang & Zang, 2013) är det kanske inte så märkligt att överblickbara portaler är en av de mest använda nyhetskällorna.

Samtidigt vill läsarna bidra till processen och därmed agera som deltagare, men också veta vad andra tycker och tänker (Gane & Beer, 2008; Sundar & Limperos, 2013). Genom att vem som helst kan agera som en gatekeeper på internet har användarna också börjat förvänta sig denna typ av innehåll från andra användare, vilket mynnar ut i en kollektiv filtrering (Sundar & Limperos, 2013). Som Lin (2002) och Chen och Corkindale (2008) påpekat tidigare är nätverkande och social interaktion viktig när man använder digitala nyhetstjänster. En portal skulle kunna vara sociala medier, något som Weeks och Holbert (2013) menar är en spirande nyhetskälla. Medieanvändning formas främst av sociala och kulturella vanor och några av de sociala användningsområden för medierna är just att känna närhet till någon/något, få ett socialt utbyte och känna en social tillhörighet (McQuail, 2010).

2.2.1 Mobila nyheter

Den tillväxt som har skett av mobila kanaler har ökat möjligheterna för människor att få tillgång till nyheter (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2011). Enligt Findahl (2013) använder 78% av 19-25-åringarna dagligen internet i mobilen och 91% någon gång. Weiss (2013) menar att unga vuxna konsumerar nyheter via sina smarta mobiler. Li (2013) menar att mobiltelefoner börjar fungera som nyhetsenheter och att de underlättar informationstillgången. Creeber och Martin (2009) menar också att denna mobilitet ger

publiken tillgång till innehåll på deras egna villkor samtidigt som den också kan förknippas med utvecklandet av den personliga identiteten och hur man väljer att presentera sig själv online.

Den mobila teknologin kan också ses som en platslös plats där tid och rum inte existerar i samma bemärkelse som i den köttsliga världen (Hemment, 2005; Nygren & Wadbring, 2013). Dimmick, Feaster och Hoplamazian (2011) skriver att medieanvändning främst sker under fritiden och att användningen också integreras i publikens dagliga rutin, men traditionella medier är statiska i och med att de inte uppdateras under dagen och/eller är platsbundna. Den mobila medieanvändningen görs istället i de mellanrum som finns i vardagen, exempelvis när man har tid över på lunchen. Ericssons (2011) globala studie visar också att smarta mobiler används mest vid pendling, när man gått och lagt sig, innan man går upp ur sängen på morgonen och under morgonbestyren. Vidare menar Ericsson (2011) att användare av smarta mobiler har ett mönster av korta internetåtkomster under en dag. De mobila nyheterna försöker alltså att nå läsare var och när som helst, vilket inte ska blandas ihop med de webbaserade nyheterna där man främst försöker att locka människor som sitter fast vid ett skrivbord om dagarna (Fortunati, Deuze & de Luca, 2014).

2.3 Nischer

För att överleva måste medierna differentiera sig i ett visst resursutrymme, där nischen är definierad utifrån hur väl mediet exempelvis uppfyller vissa behov (Dimmick, Feaster & Ramirez, 2011). Medierna slåss alltså om användarnas pengar och tid som de lägger på medier. Dimmick (refererad i Feaster, 2009; se också Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2001; Dimmick, Feaster & Ramirez, 2011) menar att det finns tre koncept i theory of the niche som förklarar förhållandet mellan medierna och användarna. Det första är niche breadth som mäter hur pass generellt/specialiserat mediet är i förhållande till hur många typer av gratifikationer och behov det uppfyller. Man tittar också på hur likvärdiga olika medier är och i vilken utsträckning de ombesörjer samma typ av gratifikation, något som Dimmick (Feaster, 2009) kallar för niche overlap. Den sista som Dimmick (Feaster, 2009) tar upp är competitive superiority där man tittar på hur ett medium står sig i förhållande till en konkurrent inom en gratifikationsdimension. Som Hadenius, Weibull och Wadbring (2011) skriver

är det alltså vad man tror sig få ut av ett medium och vilken status det kan ge en som hänger ihop med användningen av det.

Som Dimmick, Chen och Li (2004) påpekar kan ett nytt medium påverka traditionella sådana genom att tillhandahålla nya lösningar till gamla eller moderna behov. Gaskins och Jerit (2012) menar också att det som påverkar valet mellan nya och traditionella medier är hur pass väl de uppfyller individernas behov och anser att Dimmicks koncept inom theory of the niche kan vara användbara för att visa på trender inom mediekonsumtion och -ersättande. Deras undersökning visar också på att internet ses som ett överlägset medium när det kommer till mångfald och bekvämlighet. Kortfattat måste alltså medierna spela en viss roll i läsarnas medieregister (Feaster, 2009). En roll skulle kunna vara de mellanrum som Dimmick, Feaster och Hoplamazian (2010) skriver om och där mobila medier används i en nisch där användarna är på väg någonstans.

Enligt Ha och Fang (2012) ses internet som överlägset i en jämförelse mellan olika medier. Erfarna internetanvändare var de som ansåg att internet hade fler exklusiva attribut jämfört med traditionella medier, vilket betyder att traditionella medier i viss mån kan bytas ut mot internet men inte vice versa. Även Chen och Corkindale (2008) påpekar att internet har fler mångfacetterade funktioner. För många människor är det också en lägre tröskel till att få någon slags överblick på nyheterna över huvud taget på internet, i alla fall för de som föredrar nöje framför ren och skär nyhetsbevakning (Trilling & Schoenbach, 2013). Detta kan bero på att internet erbjuder flera sessioner där man inte behöver missa det man egentligen vill ha, i detta fallet nöjen, när man skummar genom nyheter. Ha och Fang (2012) fann också i sin undersökning att niche breadth var väldigt hög på internet, vilket indikerar att fler gratifikationer blir uppfyllda hos användarna. De menar att i framtiden kommer fler och fler att förflytta sig från traditionella till nya medier på grund av internets möjligheter att tillfredsställa fler behov, vilket delvis också beror på att fler och fler kommer att ha växt upp med internet och därmed också ha en större internetvana. Sundar och Limperos (2013) antyder också att de teknologiska innovationer som har skett på senare år har odlat nya behov och gratifikationer. Trots allt har internetanvändare möjlighet att läsa, producera, dela och kommentera på innehåll i princip när som helst och var som helst (Ji & Fu, 2013), vilket knappast var möjligt i samma utsträckning för 20 år sedan.

3 Syfte och frågeställningar

Detta avsnitt sammanfattar väldigt kort vad jag kommit fram till genom litteraturgranskningen samt vad tidigare forskning har gemensamt, både när det gäller studieobjekt och luckor. Detta rinner ut i ett syfte samt tre frågeställningar.

3.1 Syfte

Under litteraturgranskningen har det framkommit att man i en relativt stor omfattning undersökt vilka behov som unga vuxna försöker att fylla. Tidigt såg Berelson (1949) att tidningar ger läsaren möjlighet att ingå i ett socialt sammanhang genom att bland annat fungera som ett uppslag för diskussionsämnen. Den sociala funktionen har flera studier (se Chen & Corkindale, 2008; Lin, 2002; Pai & Arnott, 2013; Vincent & Basil, 1997) sett som viktig för valet att anamma en nyhetstjänst. Universitetsstudenter är också ett vitt förekommande studieobjekt (se Diddi & LaRose, 2006; Dimmick, Feaster & Ramirez, 2011; Vincent & Basil, 1997).

Som Nordicom (2013) och Findahl (2013) visat har dagstidningsläsandet bland unga vuxna minskat och Vincent och Basil (1997) menar att universitetsstudenter är intressanta att undersöka just på grund av att de, i de flesta fall, precis lämnat sina barndomshem och därmed också förlitar sig på sina medievanor samtidigt som de skapar nya sådana. Nordicoms (2013) undersökning visar också att högutbildade är de som använder internet mest. De kan därmed också ses som mest internetvana, som i sin tur antyder att de anser att internet har fler exklusiva attribut och att de därmed går över från traditionella till nya medier, som internet (Ha & Fang, 2012).

De undersökningar som har gjorts bland universitetsstudenter och andra typer av urval är också, vad jag har funnit, till stor del kvantitativa. Bryman och Bell (2005) menar att kvantitativa studier görs för att generalisera och då vill alltså kunna säga något om en större population. Detta kan ge en bra överblick över, som i detta fallet, varför universitetsstudenter läser nyheter. Nackdelen är att man inte går vidare i förklaringen kring dessa fenomen. Dessa studier lämnar alltså en del att önska när det gäller djupet och förståelsen kring varför människor, och i detta fallet universitetsstuderande, konsumerar nyheter.

Syftet med den här undersökningen är alltså att bygga vidare på vad tidigare forskning kommit fram till genom en kvalitativ ansats och därmed på ett mer djuplodat plan nyansera förklaringen till varför universitetsstuderande konsumerar nyheter.

3.2 Frågeställningar

RQ1: Hur påverkar intressen nyhetskonsumtionen?

RQ2: Hur påverkar sociala relationer nyhetskonsumtionen?

RQ3: Vad påverkar valet av nyhetsmedium?

3.3 Avgränsningar

I introduktionen påtalas det att den lokala journalistiken får stryka på foten när tidningsdöden närmar sig med allt större steg. Det är till stor del sant, men det är inte den lokala journalistiken i sig som är intressant utan det är fenomenet och paradigmskiftet som står i centrum. Därför görs det vidare i undersökningen ingen skillnad på lokala, nationella eller globala nyheter.

4 Metod

I detta avsnitt redovisas, diskuteras och motiveras vilka metodval som har gjorts i denna undersökning. Även forskningsetiska principer och generaliseringsanspråk tas upp.

4.1 Forskningsmetod & vetenskapligt synsätt

Som jag tidigare har nämnt är den här undersökningen kvalitativ till sin natur. Detta då litteraturgranskningen visade på en stor andel kvantitativa undersökningar som jag anser behöver kompletteras med en djuplodad undersökning. Som Johannessen och Tufte (2003) skriver har den kvalitativa ansatsen en större flexibilitet och tolkningsmöjlighet än den kvantitativa där man kan ställa öppna frågor till sitt datamaterial och därmed också få fylliga beskrivningar av ett fenomen. I samband med detta används också ett hermeneutiskt synsätt, som präglas av förståelse och tolkningar (Thurén, 2007). Detta synsätt reflekteras också i den huvudsakliga frågeställningen som ställer sig frågan varför universitetsstudenter konsumerar nyhetsmedier.

4.2 Datainsamling

I den här undersökningen har intervjuer använts som datainsamlingsmetod. Som Kvale och Brinkmann (2009) skriver försöker man att förstå världen utifrån respondenternas synvinkel och skapa mening utifrån deras erfarenheter genom den kvalitativa forskningsintervjun. Johannessen och Tufte (2003) menar också att denna metod lämpar sig väl när man vill få en fylligare förståelse för respondentens motiv och beteende. En annan insamlingsmetod som hade varit möjlig för den här undersökningen är fokusgruppen/gruppintervjun. Ekström och Larsson (2010) menar att denna metod är lämplig när man exempelvis vill undersöka människors handlande, något som jag delvis försöker att göra med den här studien. Ryen (2004) skriver också att man med den individuella intervjusituationen, i jämförelse med just gruppintervjuer, riskerar att bortse från hur det sociala samspelet har effekt på vad som uttrycks. De kan också ses som idealistiska i och med att respondenten kanske bortser från just den sociala, men även den materiella, situationen som hen befinner sig i. Samtidigt kan respondenter i gruppintervjuer starkt påverkas av olika personligheter i gruppen och därmed inte ge uttryck för vad man egentligen tycker och tänker. I och med att jag ville undersöka varför universitetsstudenter konsumerar nyhetsmedier på ett mer djuplodat plan och även har frågeställningar som rör värderingar och intressen, något som kan vara

känsligt, ansåg jag att en enskild intervjusituation passade mitt syfte samt frågeställningar bäst.

4.2.1 Intervjuguide

Patel och Davidson (2011) menar att det finns två aspekter att ta i beaktande när man utformar en intervju. Dels är det graden av standardisering, som definierar i vilken utsträckning frågorna följer samma ordning i intervjuerna. Även om min intervjuguide (se bilaga A) är centrerad kring tre olika teman, där ordningen bland dessa har en hög standardisering, valde jag att hålla en lägre grad av standardisering när det kom till själva frågorna som ligger under varje tema. Detta för att anpassa intervjun efter varje enskild respondent. Jag följde alltså en mer samtalsriktad ordning, som Ekström och Larsson (2010) tar upp. Då syftet är att ge en mer nyanserad och djuplodad bild av universitetsstudenters nyhetskonsumtion ansåg jag att denna typ av ordning och grad av standardisering passade bra.

Den semistrukturerade intervjun är den mest vanliga och innebär att man lägger upp intervjun temamässigt och baseras på de frågeställningar som undersökningen utgår från (Ekström & Larsson, 2010). Alvesson (2011) påpekar även att det går lättare att sortera, jämföra och analysera materialet med en semistrukturerad form. Jag valde denna intervjustruktur då jag, som sagt, utgått från teman men också ville ha mer flexibilitet än vad en strukturerad intervjuform ger. Jag genomförde även ett antal provintervjuer, något som Ekström och Larsson (2010) rekommenderar för att testa intervjuguiden och se hur pass väl frågorna fungerar samt om de är tillräckligt enkla och tydliga. En viktig del i alla undersökningar är validitet, där man ser till att man undersöker det man har tänkt att undersöka (Kvale & Brinkmann, 2009). Under provintervjuerna fick jag chans att se till att de frågor jag hade i intervjuguiden gav svar på de frågeställningar som denna undersökning grundar sig på. Intervjufrågorna är också grundade utifrån frågeställningarna samt litteraturgranskningen, vilket jag anser har gett en högre validitet till den här undersökningen.

4.3 Urval

Som Johannessen och Tufte (2003) nämner är meningen med en kvalitativ ansats att generera överförbar kunskap och därmed inte statistiskt säkerställda generaliseringar. Istället görs ett strategiskt urval där man utgår från respondenternas lämplighet att delta

i undersökningen. Ryen (2004) skriver att man först måste välja ut den miljö där man ska hitta sina respondenter. Då jag tidigare definierat vilken grupp i samhället som ska undersökas, universitetsstudenter, var miljön given. Då jag tidigare påpekat att det är paradigmskiftet inom mediebranschen och vad det innebär som står i fokus är det heller inte av större betydelse var i landet studenterna befinner sig. Det som är mest intressant är att respondenterna är universitetsstudenter.

Med ursprung i detta har ett snöbollsurval tillämpats. Jag tog alltså kontakt med personer som jag ansåg var intressanta för undersökningen och dessa personer ledde mig senare vidare till nya respondenter. Som Bryman och Bell (2005) påpekar är denna typ av urval den som vanligtvis används när en urvalsram inte kan ställas upp. Eftersom populationen även ständigt förändras, då nya studenter tillkommer varje år och andra tar examen, blir urvalsramen även inaktuell väldigt snabbt. Med tanke på att denna undersökningsintresse inte ligger i vare sig ämnestillhörighet eller lärosäte bland respondenterna ansåg jag att denna urvalsmetod passade undersökningen bäst. Snöbollsurval kan dock kritiseras då det kan ses som ännu ett bekvämlighetsurval (Bryman & Bell, 2005). Jag håller dock med Thomsson (2010) som påpekar att man väljer respondenter även i ett snöbollsurval då man anser att en viss person som man blir ledd till fyller en plats i förståelsen av fenomenet som undersöks. Därför gick jag inte vidare till intervju med alla personer som jag har blivit ledd till, utan funderade på vad de kunde tillföra undersökningen.

Ryen (2004) skriver att urvalets storlek är en omdömesfråga. Det är alltså inte hur många som har intervjuats som är viktigt, utan frågan är istället huruvida man har uppnått empirisk mättnad. Efter sex intervjuer kände jag att jag började se ett mönster i vad respondenterna gav för svar och utförde därefter två intervjuer till. Efter dessa intervjuer var mättnaden påtaglig och att fortsätta med fler intervjuer hade därför troligtvis inte bidragit med fler insikter än vad som redan samlats in.

4.4 Genomförande av intervjuer

Som Ekström och Larsson (2010) påpekar är det viktigt att mötas ansikte mot ansikte när man ska undersöka uppfattningar och värderingar hos människor. Att mötas personligen ger också möjligheten att studera kroppsspråk och andra betydelsebärande element. Dalen (2008) skriver att det är viktigt att intervjuaren också visar intresse och

förståelse för respondenten, vilket jag anser görs bättre vid ett personligt möte. Med utgångspunkt i detta har intervjuerna genomförts ansikte mot ansikte. Att jag kunde studera respondenternas kroppsspråk gav också respondenterna möjlighet att studera mitt, men även ord har betydelse och därför har jag försökt att vara så neutral som möjligt i intervjusituationen. Intervjuerna började också med att klargöra varför intervjun genomförs, vad som händer med materialet och vad det är jag vill undersöka, i enlighet med Dalens (2008) och Vetenskapsrådets (u.å.) rekommendationer. Intervjuerna varade mellan 30-45 minuter, vilket gav mig möjlighet att verkligen gå in på djupet samtidigt som respondenterna fick tid på sig att ge utvecklade och fylliga svar.

Som Trost (2010) påpekar är intervjun en relation mellan den som intervjuar och respondenten, vilket betyder att miljön ska vara så lugn som möjligt. Respondenten ska alltså känna sig trygg och bekväm på den plats där intervjun genomförs. Jag valde att genomföra mina intervjuer i ett grupprum på antingen Universitetsbiblioteket i Kalmar eller på Kalmar Nyckel. Då jag intervjuat universitetsstudenter, och främst sådana som studerar i Kalmar, är dessa två miljöer några som respondenterna känner igen och känner sig trygga i. Det är också platser där varken jag som intervjuar eller respondenten kommer i underläge, något som Trost (2010) nämner är en viktig del i att välja plats. Det som kan ses som problematiskt är att man hamnar i en kontext där respondenten ser på sig själv enbart utifrån ett studentperspektiv och att hen inte tänker på den sociala och materiella kontexten som hen är en del av. Samtidigt är miljöerna mötesplatser där studenterna inte bara kommer för att studera utan även för att umgås, vilket kan minska risken för att studentkontexten sätts främst i fokus.

4.5 Analysmetod

Med utgångspunkt i mitt syfte samt frågeställningar valde jag att använda mig av analysmetoden som Johannessen och Tufte (2003) kallar analys av meningsinnehåll. Även Ryen (2004) tar upp en liknande metod som hon kallar för interaktiv process. Med denna metod lyssnar man först igenom rådatan för att sedan plocka ut enheter (som kan vara ord, meningar eller hela stycken). Efter att jag hade genomfört intervjuerna satte jag mig ner och lyssnade efter enheter som jag ansåg vara intressanta utifrån frågeställningarna och transkriberade dessa. Efter detta steg menar Ryen (2004) att man ska dela in enheterna i olika teman för att återigen reducera datan så att den blir lätthanterlig. När jag hade lyssnat och transkriberat satt jag med tre

överstrykningspennor, vars färger representerade de tre frågeställningarna, och strök över de enheter som relaterade till respektive frågeställning. På detta sätt blev det tydligt vilka enheter som tillhörde vilken frågeställning. Det blev alltså en slags tematisering av transkriberingen, som Dalen (2008) menar är en vanlig presentation av empirin och gör att man också kan se vilka ämnen som är mest relevanta. En tematisering gjordes också med teorin, med samma överstrykningsmetod som beskrivs ovan, för att göra den mer lätthanterlig i analysprocessen.

4.6 Generaliseringsanspråk

Syftet med den här undersökningen är att på ett mer djuplodat plan nyansera förklaringen till varför universitetsstudenter konsumerar nyheter då det mest har, enligt min erfarenhet, utförts kvantitativa studier på området. Eftersom en kvalitativ studie är inriktad på det lilla, det särskilda (Yin, 2013) är det också svårt att säga något om det större och därmed också göra generaliseringar. I och med att jag använde mig av ett snöbollsurval, där respondenterna inte valdes med maximal eller liten variation i åtanke är det också svårt att säga något om en större grupp. Yin (2013) påpekar att även om ett mer definierat urval hade gjorts kan det inte på ett lämpligt sätt representera en större population. Samtidigt intervjuade jag ett så pass litet urval att det verkligen blir en studie inriktad på det lilla och särskilda. Om fler respondenter hade funnits med i denna undersökning hade möjligtvis ett generaliseringsanspråk varit mer aktuellt. Resultatet från denna undersökning går alltså inte att applicera på alla universitetsstudenter, men kan ge en inblick i hur och varför de konsumerar nyheter. Istället kan man prata om överförbarhet, som handlar om att tolkningar och förklaringar som ges kan vara till nytta och ge mening även utanför undersökningen (Johannessen & Tufte, 2003).

4.7 Forskningsetiska principer

Som Kvale och Brinkmann (2009) skriver bör man ta hänsyn till etiska frågor redan från början i sin undersökning då dessa etiska problem förekommer under hela arbetets gång. Vetenskapsrådet (u.å.) listar fyra krav i sina ämnesråd för humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning som syftar till att skydda individen.

Med informationskravet menas att forskaren ska informera respondenten om hens uppgift i undersökningen samt vilka villkor som gäller för ett deltagande

(Vetenskapsrådet, u.å.). Vidare ska man upplysa om att deltagandet är frivilligt, att respondenten har rätt att avbryta sin medverkan när som helst och att de uppgifter som har samlats in endast kommer att användas i forskningssyfte. Vid intervju tillfällena berättade jag om dessa uppgifter och villkor innan intervjun satte igång så att det inte skulle uppstå några frågor kring detta.

Samtyckeskravet innebär att respondenterna själva har rätt att bestämma över sin medverkan, exempelvis hur länge och på vilka villkor, och att jag som forskare måste inhämta samtycke för att bedriva datainsamling (Vetenskapsrådet, u.å.). Att avbryta sin medverkan ska heller inte ge några negativa konsekvenser för respondenten. Innan intervjun satte igång var jag noga med att förklara att respondenten själv bestämde vilka frågor hen ville svara på och att ett uteblivet svar var helt okej. I utformningen av intervjuguiden försökte jag också utforma frågor som gjorde det möjligt för respondenterna att svara så generellt eller detaljerat som de ville.

Enligt konfidentialitetskravet ska alla uppgifter om respondenterna i en undersökning förvaras så att obehöriga inte kan ta del av dem och särskild hänsyn ska tas om det är etiskt känsliga uppgifter där en avidentifiering rekommenderas (Vetenskapsrådet, u.å.). I och med att jag jobbar med ett snöbollsurval vet respondenterna vilka de har hänvisat till och skulle därför kunna identifiera de andra i undersökningen. Jag har därför valt att inte gå ut med någon information kring respondenterna och gett dem fiktiva namn i analysdelen av denna undersökning. Det var dock smått problematiskt när respondenterna tog upp saker som rörde deras vanor och andra personliga historier som var intressanta för undersökningen. När denna problematik uppstod valde jag att avstå från att skriva ut dessa om de var allt för personliga. I några fall ansåg jag dock att vissa exempel inte kunde härledas till en direkt person, utan var mer generella och då valde jag att skriva ut dessa om de var relevanta för undersökningen. Sist nämner Vetenskapsrådet (u.å.) nyttjandekravet som menar att uppgifter som samlats in om enskilda personer endast får användas för forskningsändamål och inte i kommersiella sådana. Den information som har samlats in från respondenterna har bara använts i den här undersökningen.

5 Empiri och analys

Detta avsnitt är uppdelat i tre teman baserade på frågeställningarna. Inom temana finns en klar struktur där det först presenteras en sammanfattad del av ett teoriavsnitt som kopplas till empirin och därefter kommer ett separat stycke för analysen.

5.1 Intressen

Som Gane och Beer (2008) skriver beror paradigmskiftet inom media på att vi har ett samhälle där produktion, utbyte och konsumtion av information är det som har ett värde. Detta benämner Castells (2002) som informationssamhälle där internet gör att man väljer sina gemenskaper i större utsträckning och med utgångspunkt i sina intressen. Chen och Corkindale (2008) ser detta nätverkande som en viktig drivkraft bakom anammandet av nyhetstjänster online. Flera av respondenterna påpekar att de ofta klickar på länkar på exempelvis Facebook som rör deras intressen och att de också följer sidor som de är specifikt intresserade av. Nils tycker att detta är väldigt viktigt och menar att ju mer han lär sig om något desto mer inriktad blir hans nyhetskonsumtion. Här har även utbildningen spelat in mycket för respondenterna då flera av dem säger att de under sina studier har börjat intressera sig för nyheter som rör deras huvudområde. Lena säger att man äntligen förstår ekonominyheterna och att det är skönt att få den kollen samtidigt som Erik säger att man kan följa nyheterna på ett helt annat sätt när man fått mer kunskap. Även Emma säger att programmet hon läser påverkat hennes nyhetskonsumtion i den bemärkelse att hon följer branschen mer. Hon påpekar också att för henne är det viktigt att också läsa samhällsnyheter i och med att hon verkar i en bransch där den allmänna opinionen och vad som händer i stort påverkar hennes arbete.

I och med att utbildningen till stor del verkar påverka konsumtionen av nyheter skulle man kunna koppla det till Chen och Corkindales (2008) teori om nätverkande och nyhetstjänster. Att studera på universitet ses i samhället som en investering i sig själv och att man fördjupar sig i ett ämne som intresserar en. Därför känns inte kopplingen mellan en intressebaserad nyhetskonsumtion och nätverkande som en alltför abstrakt parallell att dra. Genom att fördjupa sig och kunna följa nyheterna på ett annat sätt, som Erik påpekar, skulle man möjligtvis också kunna nätverka mer i och med att man har tillgång till den värdefulla information som Gane och Beer (2008) nämner. I stora drag

kan svaren som respondenterna gett tolkas som att intresse spelar en stor roll. Det kanske inte är intresset för nyheter, ett visst ämne eller samhället i sig som är drivkraften utan just att man har information som ses som en värdefull vara i vårt informationssamhälle.

Lin et al. (2014) menar att digitala nyhetstjänster bör hjälpa läsaren att bli matchad med nyheter och således bli en personlig rekommendationstjänst för läsaren. Medierna måste alltså spela en viss roll (Feaster, 2009) och Aljukhadar, Senecal och Daoust (2012) menar att personliga rekommendationer minskar de negativa effekterna av vår tids överbelastning av information. Även Beam och Kosicki (2014) menar att den personliga upplevelsen är viktig. Johan påpekar att han inte vill gå in på digitala nyhetstjänster för att det är mycket som han inte bryr sig om, en åsikt som delas av bland annat Maria och Nils. Just Maria menar att det är lättare att utgå från sina egna intressen när man ska ut på en oändlig nyhetsmarknad. Nils är mer inne på att han inte har så mycket tid och behöver prioritera det han är intresserad av och menar att stora samhällsnyheter är något som han ändå får höra om från andra. Flera av respondenterna, bland annat Lena och Karin, menar dock att om de var tvungna att välja hade de hellre valt att läsa nyheter som rör samhället i stort än nyheter som rör deras egna intressen. Karin, som flera gånger under vår intervju poängterar att hon vill höra om samhällsnyheter, påpekar dock att hon aktivt letar upp nyheter som rör hennes intressen. Daniel menar att det är viktigt för honom att ha koll på sin bransch då dessa nyheter rör honom på ett annat sätt. Alla respondenter är också väldigt positiva till en nyhetstjänst där man i viss mån kan välja hur mycket av en viss typ av innehåll som man tar del av, exempelvis att man får mer nöje & kultur och mindre sport. Detta var något som ansågs positivt även bland de som hellre hade valt att konsumera samhällsnyheter än intressebaserade sådana. Johan som är positiv till denna typ av tjänst säger dock under intervjun att han inte vill att någon annan ska bestämma vad som är värdefullt för honom att ta del av. Några uttrycker dock att denna personliga upplevelse kanske gör att man missar stora nyheter som inte rör ens intressesfär. Maria menar att det är nyttigt att även ta del av sådant som man inte är intresserad av och Daniel är inne på samma spår när han säger att man vill ha koll på sådant som påverkar en.

Att bli matchad med nyheter som rör ens egna intressen verkar alltså vara något som efterfrågas, som Lin et al. (2014) tar upp. Detta tar sig tydligast uttryck i Johans svar där

han säger att det finns för mycket nyheter som han inte bryr sig om och att han inte vill att någon annan ska bestämma vad som är viktigt för honom att läsa. En personlig rekommendationstjänst skulle i så fall kunna ses som positiv. Genom att då styra vilken typ av nyheter han vill ta del av skulle en stor del av dessa, för honom, ointressanta nyheter försvinna och då skulle möjligtvis hans nyhetskonsumtion öka då den blir mer intressant. Samtidigt finns det en ambivalens när det gäller detta bland respondenterna. Även om denna oändliga nyhetsmarknad är lättare att navigera genom då man utgår från sina intressen, som Maria antyder, vill man också få de stora nyheterna som rör sig utanför den egna intressesfären. En rekommendationstjänst kan då ses som negativ då den bara fokuserar på nischade perspektiv. Även om Chen och Corkindale (2008) menar att nätverkande är en drivkraft bakom anammandet av nyhetstjänster kanske en nischad nyhetskonsumtion möjligtvis inte ger en möjlighet att ta del i ett bredare nätverk och därför kan man möjligtvis inte heller ingå en större gemenskap. Detta trots att ett visst medium, i detta fallet en personlig rekommendationstjänst, spelar en roll i användarens liv och ger en personlig upplevelse. Dock bör det påpekas att dessa rekommendationer verkar ses som en minskning av den överbelastning av information, som Aljukhadar, Senecal och Daoust (2012) talar om, bland respondenterna. Det tydligaste exemplet är att Maria pratar om att intressen hjälper henne att navigera genom den oändliga nyhetsmarknaden.

Den övervakande funktionen är något som ses som viktigt bland läsare (Diddi & LaRose, 2006; Zang & Zang, 2013). Samtidigt har Beam och Kosicki (2014) visat på ett positivt samband mellan personliga nyhetsportaler och nyhetsförvärv. Gaskin och Jerit (2012) menar också att valet mellan nya och traditionella medier påverkas av hur väl de uppfyller individernas behov. Majoriteten av respondenterna säger att de använder Aftonbladets app i sin nyhetskonsumtion, vissa använder den mer och andra mindre. I appen kan man inte välja själv vilka typer av nyheter man är mest intresserad av utan det är ett konstant flöde av allehanda nyheter. Det är bara en, Erik, som nämner att han aktivt går in och kollar på en specifik tidnings sajt och läser nyheterna där. Emma och Maria använder Twitter som en kanal och där följer de exempelvis SVT, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet för att få en överblick. Maria nämner också att Twitter är ett bra verktyg för att just sålla bland nyheterna och se vad som är viktigt. Nils är den enda som använder Reddit där han väljer specifika ämnen som han är intresserad av att följa, samtidigt som det finns en förstasida med större nyheter. Nils, Maria och Emma

trycker på att dessa två kanaler används just för att övervaka och sålla bland information och oftast är det intressen som styr vilka personer, organisationer och/eller ämnen de följer.

Av åtta respondenter är det alltså bara tre som använder någon slags personlig nyhetsportal, samtidigt som det, vilket nämnts tidigare, efterfrågas personliga nyhetstjänster. Det är också intressant att bara en respondent nämner att hen går in på en traditionell tidnings sajt och läser. Med reservation för att bli alltför meta i den här analysen kanske det upplevs som jobbigt att sålla för att kunna sålla. På Twitter och Reddit måste man först och främst välja vilka personer, organisationer och/eller ämnen som man faktiskt vill följa. Denna första sållning bland intressen upplevs möjligtvis som jobbig och tidskrävande och tid är något som respondenterna upplever att de inte har tillräckligt av. Samtidigt är specifikt Maria och Nils väldigt nöjda med sina respektive portalval och tycker att det är skönt att kunna få en överblick som gör att de vill läsa mer, i likhet med Beam och Kosickis (2014) teori. Att respondenterna på det stora hela inte heller går in på traditionella tidningars sajter tyder också på att de inte fyller något behov. Detta behov skulle kunna vara att respondenterna är relativt positiva till en nyhetssajt som rör deras intressen och detta är något som de traditionella tidningarna inte erbjuder.

5.2 Sociala relationer

Tidigt upptäckte Berelson (1949) att tidningar bland annat ger delade diskussionsämnen och en känsla av trygghet. Johan påpekar att det som han egentligen läser är de virala nyheterna då det är dessa som det snackas om i hans olika vänkretsar. Daniel menar också att han känner dåligt samvete för att han inte hänger med i nyheterna så mycket han känner att han borde göra, vilket gör att han kan känna sig osäker i nya relationer. Han brukar bara läsa rubriker på nyhetssajter, delvis då han är relativt ointresserad av att läsa om samhällsnyheter i stort men också för att det ger honom möjlighet att hänga med i olika konversationer. Om någon tar upp ett ämne som han bara läst en rubrik om brukar Daniel säga ”ja, jag har läst något om det”, för att hålla uppe skenet av att vara påläst. Även Lena menar att hon inte känner sig särskilt påläst och menar att hon måste bli bättre på det i och med det politiska landskap som vi har i Sverige idag.

Skumläsandet tar även Maria upp och menar också att det ger möjlighet att hänga med i diskussioner samtidigt som man får koll på vad som är aktuellt. Både Erik och Nils

påpekar däremot att de inte känner något direkt behov av att läsa nyheter för att hänga med i det sociala samspelet. Samtidigt säger Nils att samhällsnyheterna som han inte får på grund av sin starkt intressebaserade nyhetskonsumtion tas upp av hans vänner och att han senare går in och kollar upp nyheten på nätet om han finner den tillräckligt intressant. Erik menar däremot att han inte känner att det är viktigt att kunna prata om nyheter med sina vänner utan gör det mest för sin egen skull.

Att inte kunna hänga med verkar vara ett stort problem rent socialt som man vill undvika till största möjliga mån. Även om man kanske inte känner sig särskilt insatt verkar medierna spela en viktig roll i att känna trygghet, särskilt när det gäller det sociala. Intressant är Nils svar där han personligen inte känner någon trygghet från medierna i sig när det gäller samhällsnyheter. Här kommer istället tryggheten från vänner och andra bekantskaper där den sociala relationen spelar en viktig roll i och med att hans vänner blir en separat mediekanal där han får sina nyheter. Tryggheten ligger alltså i den sociala relationen och vilka vänner han har kring sig istället för hos honom själv och hans egen nyhetskonsumtion. Man skulle kunna koppla det till den viralitet som Johan pratar om, där stora nyheter sprids snabbt som ett virus. Att andra människor börjar prata om en nyhet och sedan sprider den vidare är ett fenomen som har uppkommit i samband med de sociala medierna. Kanske är det därför inte tidningarna i sig som är en trygghet, som Berelson (1949) anser, utan de sociala relationerna på och utanför internet som ger en slags garanti för att man får ta del av det som man bör känna till. Samtidigt ska man inte förringa den traditionella tidningens attribut som rubriksättning, som tycks bli allt viktigare i dagens medielandskap. Som Daniel och Maria påpekar är det just rubrikerna de oftast läser och som ger känslan av att kunna hänga med i samtal även om de inte är särskilt pålästa. Viktigt att påpeka är att man inte behöver känna ett behov av att läsa nyheter för att hänga med i det sociala. I Nils fall kan möjligtvis hans nyhetskonsumtion leda till att han blir mer social för att han måste prata med människor för att få reda på samhällsnyheter, men även andra typer av nyheter. Erik däremot verkar ha en annan vänskapskontext där nyheter inte är i stort fokus och därför ger inte nyheterna honom någon social trygghet.

Severin och Tankard (2010) menar att medierna har en socialiserande funktion som kan minska individens känsla av rotlöshet. Emma säger att hon lätt tappar verklighetsförankringen om hon inte följer med i nyhetsflödet och att hon då hamnar i

en bubbla. För henne är det alltså viktigt och skönt att veta vad det är som händer i omgivningen för att kunna vara delaktig. Nils påpekar att han inte tycker det är jobbigt att inte hänga med för att man snabbt och lätt kan uppdatera sig på internet om det har hänt något som man vill vara delaktig i. Maria brukar ringa sina vänner som fortfarande bor kvar hemma för att diskutera nyheter, vilket hon tycker är roligt då de fortfarande har något gemensamt i det. Lena och Erik säger också att de då och då läser tidningen från hemorten för att hålla sig uppdaterad.

Att just känna sig uppdaterad verkar vara en viktig gratifikation för att motverka rotlösheten. Genom medierna och nyhetskonsumtionen kan man, som Emma påpekar, få en tydligare verklighetsförankring där man i viss mån kanske socialiseras in i det omgivande samhället. Samtidigt upprätthålls rötterna till ens gamla hemstad genom medierna då man ibland konsumerar nyheter från respektive lokaltidning. Denna nyhetskonsumtion skulle även kunna kopplas till Berelsons (1949) teori om medierna som en trygghet som togs upp i ett tidigare stycke. Genom att konsumera nyheter från ens tidigare lokaltidning säkerställs också en viss trygghet då områden och ämnen som tas upp i dessa tidningar känns igen.

Publiken söker ofta en gemenskap (Chen & Corkindale, 2008) och McQuail (2010) skriver att medierna används för att känna närhet till någon/något och att få ett socialt utbyte. Vem som helst kan också agera gatekeeper på internet (Sundar & Limperos, 2013). Daniel säger att han ofta klickar på länkar som branschpersoner och andra personer som han respekterar och aktar delar på Facebook då han vill veta vad de vet. Karin klickar däremot mer på nyhetslänkar som läggs upp av nära vänner på Facebook då hon anser att de har ungefär samma intressen och därför är det som de lägger upp nog intressant för henne också, ett resonemang som även Emma & Lena för. Lena säger också att hon har börjat läsa på mer om politik då hennes nuvarande vänner är mer politiskt aktiva och att hon därför vill veta mer om det för att förstå sina vänners resonemang.

Genom att klicka på nyhetslänkar som läggs upp av nära vänner använder Emma, Lena och Karin Facebook för att få ett socialt utbyte. De kan alltså veta vad deras respektive vänner är intresserade av, sätta sig in i ämnet om det är okänt för dem i och med länken samt kunna diskutera ämnet när de träffas. Det blir också en närhetskänsla då de anser

att det som vännen har lagt upp är viktigt för hen och genom att läsa eller uppmärksamma länken kan de möjligtvis känna ett starkare band till sina respektive vänner. Daniel har ungefär samma ansats även om han hellre följer branschpersoner och andra personer som han respekterar. Genom att läsa vad dessa personer länkar till kommer han närmare dem rent mentalt och kan möjligtvis på grund av detta känna sig som en i gemenskapen då han läser vad de läser. Men att klicka på nyhetslänkar kanske inte bara ger en närhet utan även en förståelse för de vänner man har. I Lenas fall vill hon veta mer om sina mer politiskt aktiva vänner och har därför börjat läsa på mer efter att dessa vänner har länkat till nyheter som hon inte riktigt har haft koll på. I viss mån fungerar också dessa relationer och länkningar som en slags gatekeeper till det stora informationsflöde vi har idag.

Pai och Arnott (2013) skriver att beslutsfattande främst påverkas av sociala normer och relationer samtidigt som Eadie (2009) menar att man vänder sig till ett medium för att tillfredsställa ett specifikt behov. Särskilt Karin menar att det blir ett socialt tryck på att läsa nyheter beroende på vilka kretsar man rör sig i. Själv har hon erfarenhet av att umgås med ett gäng där normen var att man skulle vara påläst och dessutom ha en åsikt. Om man inte uppfyllde dessa krav var man inte mycket att ha. Detta gjorde att hon blev väldigt aktiv i sitt nyhetsläsande samtidigt som hon kände press för att hänga med. Även Lena känner ett ökat krav på att hänga med och vara påläst, men anser att det främst kommer från samhället då hon och hennes vänner ofta diskuterar att de borde hänga med mer. Hon tycker det är trist att man måste vara så pass påläst för att hänga med i vissa samtal, men menar att det också kan vara positivt då det kan ge en en knuff i rätt riktning. Daniel känner även han en press från samhället och tvingar sig att läsa nyheter för att han vet att det som händer i samhället påverkar honom i ett större perspektiv. Emma menar också att hon är rädd för att inte kunna följa med i diskussioner om hon inte hänger med i nyhetsflödet då hennes vänner diskuterar mycket nyheter generellt sett.

Vilka sociala relationer man har och vilka normer som finns verkar alltså påverka nyhetskonsumtionen. Genom att ständigt hålla sig uppdaterad kan man plocka poäng, eller i alla fall inte sjunka i status som Karin upplevt. Normer är alltså något som bör tas på allvar och verkar vara starkt bidragande till att nyhetskonsumtionen ser ut som den gör på individnivå. Det som man verkar vara mest rädd för är att bli socialt utfrusen för

att man inte hänger med, både när det gäller i kompisgänget och samhället man tillhör. Behovet kan alltså vara att hitta delade diskussionsämnen, som tagits upp tidigare i detta kapitel, och här tycks medierna fylla en stark funktion. Flera av respondenterna påpekar att de borde hålla mer koll, men samtidigt kan de inte svara på varför de borde. Detta kan ses som ännu ett tecken på den socialiseringsprocess som nämnts tidigare. Att man borde läsa nyheter är alltså en norm som man upplever att man inte når upp till och därför kan nyhetskonsumtionen bli laddad med negativa värden, något som Lena uttrycker.

Både Gane och Beer (2008) samt Sundar och Limperos (2013) har kommit fram till att läsarna vill agera som deltagare i nyhetsprocessen och veta vad andra tycker och tänker. Sundar och Limperos (2013) har vidare även visat på att användare har börjat förvänta sig denna typ av innehåll från andra användare. Detta är ett tecken på den deltagande kultur som Creeber och Martin (2009) anser har uppkommit de senaste åren. Ingen av respondenterna uttalar klart att de förväntar sig kommentarer och liknande som visar vad andra tycker och tänker från andra personer. Däremot finns det vissa undertoner i och med att exempelvis Johan använder Facebook delvis som en nyhetskanal där nyheter fladdrar förbi i flödet. De flesta respondenter säger också explicit att nyheterna gärna får komma till dem i de olika typer av flöden som de använder. Den enda som riktigt pratar om kommentarer är Nils som använder Reddit, en sida som bygger på vidarelänkning och diskussionsforum. Han säger att det som andra säger i de olika trådarna och kommentarer överlag är viktigt för honom. Genom att ta del av andras åsikter och intryck blir det mer intressant enligt honom då det kan komma någon till diskussionen som vet mer om ämnet och därmed kan han också lära sig något och få ut något mer. Den som kommer närmast Nils är Maria som ofta använder Twitter i sin nyhetskonsumtion och tycker att det är en kul grej att gå in och läsa vänners Twitterflöden för att ha koll.

I och med att det bara är Nils som explicit tar upp att det är viktigt att veta vad andra tycker och tänker kan man ställa sig frågan huruvida det faktiskt är sant, om man nu kan tala om en sanning i detta fall, att man vill veta vad andra tycker och tänker samt vara deltagande. Här är det dock viktigt att skilja på begreppen. Som Bane och Geer (2008) samt Sundar och Limperos (2013) skriver vill läsarna veta vad andra tycker och tänker. Ordet läsare kan antyda att man är mindre aktiv och här skulle man kunna köra

kopplingen till flera av respondenterna menar att de vill att nyheterna ska komma till dem. Detta kan antyda att man förväntar sig att andra kommer att dela länkar och även kommentera dessa. Som det har tagits upp tidigare under denna underrubrik vill också flera respondenter hålla sig ajour med vad deras nära vänner länkar till på exempelvis Facebook och Twitter och läser oftast dessa för att på något sätt känna ytterligare band till respektive vänner. Detta skulle alltså kunna vara ett tecken på att man vill veta vad andra tycker och tänker och, i en större kontext, även ett tecken på den deltagande kultur som Creeber och Martin (2009) tar upp. Nils däremot är mer aktiv i sin nyhetskonsumtion, vilket också skulle kunna hänga ihop med hans speciella typ av medial. Detta hänger mer ihop med vad Sundar och Limperos (2013) skriver om att användare förväntar sig kommentarer. I och med att Reddit är dels en nyhetskanal och dels ett diskussionsforum kan Nils ses som mer aktiv och detta tar sig uttryck i att han tycker det är roligt att läsa kommentarer och att lära sig mer av andra människor. Han är också en del i den deltagande kultur som Creeber och Martin (2009) nämner, men möjligtvis på ett mer aktivt sätt än de andra respondenterna. Denna nivå av aktivitet skulle då kunna härleda till medievalet i och med att Reddit är annorlunda än Facebook, som är mer av en social kanal, och Twitter, där man kanske mer baserar sitt flöde på intressen.

5.2.1 Skolan

Vincent och Basil (1997) menar att under sina studieår blir universitetsstudenter insocialiserade i att använda nyhetstjänster för specifika syften. Nyhetskonsumtionen är också något som påverkas av den kontext man befinner sig i (Eadie, 2009). Erik påpekar att han insåg att man var tvungen att läsa på lite för att kunna hänga med i skolan. Som exempel tar han upp sina första föreläsning någonsin på universitetet där föreläsaren visade bilder på 10 människor som var högt uppsatta i stora företag i Sverige. Han hade ingen aning om vilka de var, även om han kände igen namnen när svaren visades. Daniel går ett annat program men menar att de även på hans utbildning pushar på att man ska ha koll och tycker att han har blivit influerad av det tankesättet. Han läser därför mer nyheter som rör den bransch han tillhör för att han inte vill veta mindre än de andra i klassen. Lena menar att det finns en positiv förväntning från skolan och att föreläsare ofta tar upp vad som har hänt. Hon får därför intrycket att utbildningen förväntar sig att hon ska hänga med i nyhetsflödet, så därför försöker hon också att göra det. Nils påpekar att hans klass ofta förenas i nyheter, men känner ingen

inneboende press att hänga med utan tycker det är trevligt om han lär sig något nytt från någon annan.

Genom att befinna sig i en ny kontext, i detta fallet universitetsstudier, verkar det som att studenterna får en positiv påverkan på sin nyhetskonsumtion. Genom att föreläsare aktivt tar upp nyhetshändelser och relaterar det till undervisningen, som i fallet med bilderna som Erik fick se, kan nyheter ses som något bra och vettigt att konsumera. Föreläsarna kan alltså ses som de som socialiserar in studenterna i en nyhetskonsumtion. Samtidigt skulle detta nyhetsläsande kunna ses som förenande, som Nils kallar det för, då man antingen inte vill ses som mindre påläst än andra och därför läser nyheter som resten av klassen och respektive bransch gör eller att klassen helt enkelt möts genom att diskutera nyheter. Här kan alltså även klassen ses som en socialiserande faktor. Det skulle också kunna ses som att olika typer av utbildningar har olika syften med nyhetskonsumtionen. Nils utbildning kanske främst har som syfte att mötas genom samt diskutera nyheter, medan Eriks och Daniels respektive utbildningar mer syftar till att ha allmän koll på sina branscher och dess intressenter.

5.3 Val av nyhetsmedium

Som Weiss (2013) påpekar konsumerar unga vuxna nyheter via sina smarta mobiler, något som Li (2013) håller med om. Creeber och Martin (2009) menar att denna mobilitet ger publiken tillgång till innehåll på deras egna villkor samtidigt som Dimmick, Feaster och Hoplamazian (2011) skriver att denna mobila medieanvändning görs i mellanrum i vardagen. Ericsson (2011) har kommit fram till att användare av smarta mobiler har ett mönster av korta internetåtkomster under en dag, medan Fortunati, Deuze och de Luca (2014) menar att webbaserade nyheter försöker främst locka människor som sitter fast vid ett skrivbord hela dagarna. Medierna fyller också en viktig funktion som efterfrågas av många, nämligen övervakning (Diddi & LaRose, 2006; Zang & Zang, 2013). Johan menar att det är lättare för honom att integrera webbnyheter i sin vardag just för att han sitter vid datorn dagarna i ända. Lena menar å andra sidan att hon hellre konsumerar nyheter via mobilen eller via en traditionell tidning just för att hon sitter vid datorn hela dagen annars. Alla respondenter påpekar att de tar upp mobilen för att kolla nyheter under dagen via appar, främst var det Aftonbladets app som nämndes. Daniel påpekar att han tycker det är skönt att kolla flödet och Lena säger att hon kollar flödet under dagen för att hon känner ett behov av

att se vad som har hänt, något som även Erik håller med om.

Att respondenterna tycker det är skönt att hålla sig uppdaterade och även att de till viss mån känner ett behov av att hålla sig uppdaterade så att de inte missar något kan även kopplas till Berelsons (1949) om att medier skapar trygghet, som tagits upp tidigare. Genom att ständigt uppdatera sitt nyhetsflöde kan man försäkra sig om att inte missa något. I och med att de smarta mobilerna ger tillgång till nätet och nyheter på ett annat sätt kan alltså detta upplevda trygghetsbehov tillfredsställas flera gånger under dagen. Möjligtvis är det därför som detta mönster av korta internetåtkomster som Ericsson (2011) har hittat har uppstått. Att sitta vid datorn är något som verkar upplevas både positivt och negativt. Å ena sidan är det lätt att integrera ett nytt nyhetsmedium eftersom man ständigt har tillgång till datorn under dagen, å andra sidan kan en paus från datorn upplevas som ett positivt inslag. Även här skulle man kunna göra kopplingen till den smarta mobilen och de korta internetåtkomster som görs. Dessa kanske även fungerar som en paus i studierna och från datorn och därför skulle nyhetsappar möjligtvis kunna vara mer effektiva i att fänga unga vuxna än webbaserade nyhetssajter. Denna typ av nyhetskonsumtion ger också den övervakning som efterfrågas enligt Diddi och LaRose (2006) samt Zang och Zang (2013). Genom att smalna av och bestämma specifika ämnen och/eller kategorier som man följer kan man på ett smidigare sätt få en överblick och kunna övervaka det som man är intresserad av på ett smidigt sätt.

Sundar och Limperos (2013) menar att internetpubliken är väldigt aktiv och kallar människorna i den för användare istället. Även Lin (1999) argumenterar för en aktiv publik och menar att internetpubliken har ett syfte med sin innehållskonsumtion online, något som Rubin (1984) kallar för ett instrumentellt medieanvändande där man vill tillfredsställa ett informationsbehov. Ett syfte hos respondenterna som redan nämnts är att hålla sig uppdaterad i nyhetsflödet, vilket görs genom att kolla exempelvis Twitter, Facebook och nyhetsappar under vardagen. Nils, som använder Reddit, väljer specifika ämnen som han är intresserad av och vill veta mer om. Flera respondenter säger också att de är positiva till att kunna välja vilka typer av nyheter de vill läsa. Lena menar vidare att det är viktigt att hänga med i vad som händer. Flera av respondenterna berättar att de efter att ha läst nyheter ofta googlar vidare eller söker mer information på andra vis för att få en större bild. Just denna biten är viktig, vilket bland annat Johan

påpekar och menar att han ofta letar upp mer information om det är tillräckligt intressant.

Genom att välja vilka typer av nyheter man vill ha är man också väldigt aktiv i sin nyhetskonsumtion. Även om Nils är den enda av respondenterna som faktiskt väljer specifika ämnen som han följer ses detta valet som något väldigt positivt bland resten av respondenterna. Denna typ av val är alltså något som efterfrågas, även om man inte explicit går ut och letar efter en sådan tjänst. Detta kan ha att göra med att, som det tidigare har tagits upp, respondenterna vill att nyheter ska komma till dem. Det kan ses som en paradox då man vill vara passivt aktiv eller aktivt passiv beroende på hur man ser på saken. Man vill alltså tillfredsställa det informationsbehov som Rubin (1984) skriver om genom att aktivt välja ämnen som man sedan passivt följer. Att googla vidare är också ett klart tecken på att man har ett syfte med innehållskonsumtionen online, som Lin (1999) skriver. Även om det inte specifikt rör nyhetskonsumtionen baseras denna vidaregoogling på nyheter och ett behov av att veta mera, vilket kopplas till tillfredsställandet av ens informationsbehov.

En ny gratifikation som Sundar och Limperos (2013) tar upp är modalitet vilket betyder att man har olika presentationsmetoder. De menar vidare att visuella medier upplevs som mer pålitliga än rent textbaserade. Kiouisis och Dimitrova (2006) skriver också att webbsidor med hög modalitet anses vara mer funktionella och attraktiva då statiska element kan uppfattas som tråkiga. Emma påpekar att hon vill ha flera element då hon gillar variation. Även Maria tar upp att flera element uppfattas som positivt och menar att bilder är extra viktigt, en åsikt som delas av bland annat Erik, Lena och Daniel. Karin påpekar att om det bara är text blir det tråkigt, men samtidigt får det inte heller vara för rörigt. Johan säger dock att han helst bara vill ha fokus på en grej per artikel då det blir för rörigt annars. Denna rörighet finner även andra respondenter besvärande. Nils säger att den nyhetskanal som han använder, Reddit, har en väldigt statisk och tråkig sida och att det är något som han värdesätter. Samtidigt säger han att det finns blandade innehållsformer som det länkas till, vilket också är något som han uppskattar.

I och med att alla respondenter uppskattar olika typer av former, som Sundar och Limperos (2013) benämner presentationsmetoder, av innehåll skulle man kunna tolka det som att det också upplevs som pålitligare. Samtidigt kan Johan kommentar tolkas

som att alltför många olika presentationsmetoder på samma innehåll ses som överflödigt. Det som tolkas som rörigt och ses som besvärande kan tolkas som att man inte upplever modalitet som något positivt. I det här fallet kanske Nils kommentar ska tas mer på fasta, nämligen att det bör finnas blandade innehållsformer. Att ha flera typer av presentationsmetoder på samma innehåll kan då kanske ses som rörigt. Men en hög modalitet anses bland respondenterna som något funktionellt och därför ses också en sida som mer attraktiv.

En annan ny typ av gratifikation som Sundar och Limperos (2013) tar upp är interaktivitet, där användaren förväntar sig att ta beslut och ha kontroll över upplevelsen. Samtidigt kan detta ses som negativt om innehållet kräver väldigt mycket interaktivitet. Johan säger att han inte har ork att manövrera sig i nyhetslandskapet för att det är så mycket att välja på och vill helst bara ha en enda kanal där han blir matad med rätt information. Karin tycker det är svårt att sälla och att se vad som är intressant, något som upplevs som negativt. Nils tar Aftonbladets hemsida som exempel och menar att det dyker upp en hel del popups som gör det jobbigt att ta del av nyheterna där. Även Lena påpekar att det är jobbigt att gå in på nyhetssajter då hon inte vet var hon ska börja någonstans. Samtidigt, som det har tagits upp innan i detta kapitel, vill respondenterna kunna välja vilken sorts innehåll de ska ta del av. Bland annat Karin påpekar att hon själv vill välja det är hon ska se. Maria använder istället Twitter som ett verktyg att sälla då ingen skulle länka till ”skitartiklar” där. Hon menar också att man lätt kan gå in på en hashtag eller en viss persons konto för att få reda på mer.

Marias val att använda sig av Twitter för att sälla kan ses som att hon tar kontroll över upplevelsen och försöker på så sätt också komma tillrätta med den stora mängd information och val som finns på internet, och i detta fallet nyhetssajter, idag. Hon tar också beslut genom att följa vissa personer och kontrollerar även upplevelsen i den mån att hon kan gå vidare och läsa mer under en hashtag. Det som Johan, Karin och Lena säger tyder på att en hög nivå av interaktivitet ses som negativ och att man då drar sig undan från dessa nyhetssajter. Men i och med att man i viss mån vill välja vad det är man läser måste en viss nivå av interaktivitet finnas med och underförstått är detta också något som förväntas av en nyhetssajt idag. Nils är det främsta exemplet på detta då han själv har byggt en egen startsida på Reddit utifrån hans egna intressen.

5.3.1 *Theory of the niche*

Dimmicks theory of the niche (Feaster, 2009) menar att det finns tre koncept som förklarar förhållandet mellan medier och användare. De två första är niche overlap, där man tittar på hur likvärdiga olika medier är i avseendet hur de ombesörjer samma typ av gratifikation, och competitive superiority, där det läggs fokus på hur ett medium står sig gentemot konkurrenterna. Emma säger att hon har provat på några nyhetsappar men använder numera bara en av dem då det var samma nyheter i alla appar. Den hon har valt nu ger ett värde då hon anser att hon får mycket nyheter gratis och inte en massa annat. Hon tar också upp att hon uppskattar att titta på nyhetssändningarna på TV och hade tittat på dessa om hon hade en TV då det är lättillgängligt och att man får en bild av vad som har hänt på kort tid. Just nyhetssändningar på TV är något som flera respondenter tar upp. Lena ser det som sin viktigaste kanal och menar att för henne är TV:n mer kopplat till nyheter än vad datorn är samtidigt som nyhetsvärderingen är tydligare. Karin tittar ofta på ett av morgonprogrammen och tycker det är skönt att få en blandning av nyheter och andra intressanta ämnen. Det blir också mer personligt enligt henne då det är två programledare som man känner till. Erik tittar också på nyhetssändningar på TV och menar att det ger en bra överblick. Samtidigt är det apparna som står för den största delen av nyhetskonsumtionen och då är det Aftonbladets app som verkar vara en klar vinnare. Detta beror på att den anses vara snabb med att få ut nyheter och användarvänlig.

Bland respondenterna kan man se att nyhetsappar och TV är de kanaler som de föredrar. Med nyhetsappen ges en snabbhet som inte TV har i lika stor mån. Detta kan kopplas till tidigare teori (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2011); Ericsson, 2011) där man under dagen har ett mönster av korta internetåtkomster från sin smarta mobil. Även om man kan strömma TV-sändningar eller se på nyhetsklipp via sin smarta mobil slukar detta snabbt upp den surfpott man har genom sitt telefonabonnemang. Detta internetmönster under dagen, tillsammans med snabbheten, skulle kunna vara en anledning till att nyhetsappen är överlägsen TV:n under dagen. Samtidigt är TV:n överlägset nyhetsappen då den verkar ge en större överblick genom att på ett tydligare sätt visa nyhetsvärderingen. Här behöver man alltså inte sälla någon information, som har tagits upp som ett problem tidigare i detta kapitel, utan det görs av nyhetsredaktionen. Å andra sidan skulle detta kunna ses som en nackdel då man, som tidigare sagt, vill kunna påverka vilka typer av nyheter man tar del av i viss mån.

Samtidigt anser man det vara nyttigt att ta del av samhällsnyheter i stort, vilket kan vara ett behov som uppfylls genom TV:n då den är inte så individualiserad som kanske resten av ens nyhetskonsumtion är. Kortfattat kan man tolka detta som att nyhetsapparna och TV:n har definierade gratifikationer som eftersträvas av respondenterna och möjligtvis är det därför just dessa två nyhetskanaler är de som verkar användas mest frekvent i ens nyhetskonsumtion.

Det tredje konceptet som Dimmicks (Feaster, 2009) theory of the niche tar upp är niche breadth, där man mäter hur pass generell/specialiserat mediet är i förhållande till hur många typer av behov som tillfredsställs. Här menar bland annat Gaskin och Jerit (2012) att internet är överlägset andra medier när det gäller mångfald och bekvämlighet. Chen och Corkindale (2008) påpekar också att internet har fler mångfacetterade funktioner. Fler och fler kommer också att använda internet i sin mediekonsumtion i och med att fler och fler kommer att ha växt upp med internet samt att internet ger möjlighet att tillfredsställa fler behov (Ha & Fang, 2012). Maria menar att på webben får man mer i och med att man kan få fler källor. Erik menar att man kan ta med sig mobilen, som han främst använder i sin nyhetskonsumtion, överallt vilket gör det mycket smidigare. Han läser också flera bloggar i samband med sin nyhetskonsumtion för att få ett större perspektiv samt få reda på vad experter tycker och tänker. Som det tidigare har tagits upp uppskattar respondenterna att det finns flera typer av innehåll på internet. Emma säger att hon gillar att klicka vidare för att få reda på mer och att internet är mer visuellt, något som hon värderar då hon är väldigt visuell av sig. Karin menar också att man får information snabbare på nätet och det blir också mer socialt i och med att man kan kommentera och dela. Även Johan säger, i likhet med Maria och Emma, att man kan exempelvis gå in på forum för att få veta mer om man vill. Vidare menar han också att han inte är van vid en papperstidning och därför uppskattar han internets möjligheter mer. Även om majoriteten av respondenterna påpekar att de föredrar internet är det några som vurmar för papperstidningen. Karin tycker att det är trevligare att sitta med en tidning när hon äter frukost. Även Lena och Erik påtalar den härliga känslan av att bläddra i en tidning på morgonen och särskilt Lena påpekar att hon gärna gör ett avbrott med en tidning eftersom hon sitter vid datorn hela dagarna.

Den största fördelen med den digitala nyhetskonsumtionen verkar vara att man kan klicka sig vidare och få reda på mer information om man vill. Samtidigt kan man också

delar och kommentera, vilket är något som ses som relativt positivt enligt tidigare utsaga i detta kapitel. Internet kan alltså ses som överlägset andra medier då man har tillgång till all typ av medieinnehåll på en plattform då alla innehållsformer finns representerade. Som Chen och Corkindale (2008) skriver verkar respondenterna tycka att internet är mångfacetterat, något som ses som positivt. Samtidigt verkar papperstidningen, som i sig är en statisk produkt, uppskattas då det kan ses som en paus i den digitala vardagen. Ett nytt behov kanske således kan vara denna paus och där blir en fysisk produkt en gratifikation. Det kan också vara så att denna generation bara delvis har växt upp med internet och eftersom det främst är känslan de pratar om kanske de känner någon slags nostalgi kring papperstidningen. Samtidigt använder även pappersvurmarna bland respondenterna främst internet i sin nyhetskonsumtion, vilket tyder på att de uppskattar internets funktioner mer.

5.3.2 Vanor

Diddi och LaRoses (2006) studie visar att vana till stor del bestämmer hur man väljer att konsumera nyheter. Gripsrud (2002) menar vidare att sociala regler lagras och gör att man beter sig på ett visst sätt i en viss situation. Alla respondenter menar att deras föräldrar har konsumerat nyheter, även om det varierar hur mycket föräldrarna har konsumerat. Erik säger att han har växt upp med att föräldrarna läst tidningen vid frukostbordet och tror att det har påverkat honom och fött ett behov av att ha koll på sin omvärld. Han började också tidigt att titta på nyheterna på TV, något som han fortfarande gör. Daniel säger att hans föräldrar kollat mycket på text-tv och föredrar själv text-tv framför en tidning då det är väldigt kort och koncist. Karin påpekar att hon främst använder Aftonbladets app då hon har mest vana av den och kopplar det till att hennes föräldrar främst köpte Aftonbladet när hon var yngre. Lena har även hon växt upp med en tidning i hemmet och säger att hon troligtvis kommer att börja prenumerera på en papperstidning när hon tagit examen. Hon säger också att hon inte kopplar datorn till nyheter som på samma sätt som en papperstidning, TV och mobil. Johan däremot tror inte alls att hans föräldrars nyhetskonsumtion har påverkat hans nuvarande nyhetskonsumtion.

Det verkar som att nyhetsvanor från föräldrarna i viss mån påverkar den nyhetskonsumtion som respondenterna har idag. Även om Johan säger att han inte tror att föräldrarnas nyhetskonsumtion har påverkat hans egen i någon mån kan det vara så

att den faktiskt har gjort det undermedvetet. Samtidigt kan de som har sagt att de tror att nyhetskonsumtionen under uppväxten har påverkat dem möjligtvis dra den parallellen då de känner att den borde ha påverkat dem. Samtidigt kan man se att Eriks nyhetskonsumtion genom TV:n har följt honom sedan uppväxten. Även Lenas svar tyder på att tidningen i hemmet har påverkat hennes vilja att konsumera och prenumerera på en tidning. I och med att internet blev stort under respondenternas uppväxt har en internetbaserad nyhetskonsumtion inte varit närvarande under uppväxten och därför kanske man inte heller kopplar datorn till nyhetskonsumtion i samma utsträckning, som Lena påpekar. Den digitala nyhetskonsumtionen kanske därför kommer att öka i framtiden, något som kan kopplas ihop med Chens och Corkindales (2008) teori om att fler kommer att använda internet i sin mediekonsumtion i framtiden då fler har växt upp med internet, som togs upp tidigare.

De sociala vanor som Diddi och LaRose (2006) samt Gripsrud (2002) tar upp kan dock brytas när dagliga rutiner byts ut mot nya sådana, vilket görs när man exempelvis flyttar hemifrån för att studera (Diddi & LaRose, 2006). Erik menar att han har börjat läsa mer nyheter nu när han har börjat plugga för att han vill ha mer koll. Johan säger att han kollar mer på nyhetsmorgon nu när han har flyttat hemifrån. En ökad nyhetskonsumtion har också skett hos Lena när hon flyttat hemifrån och hon menar att det beror på att hon har fått ett ökat intresse för att hänga med. Däremot säger Emma att hennes nyhetsvanor har blivit sämre nu när hon börjat plugga då hon prioriterar skolan istället. Hon påpekar dock att hon är en periodare och ibland läser eller tittar hon mycket mer på nyheter än vad hon brukade göra hemma, allt beror på hur mycket hon har att göra i skolan. Maria säger att hennes nyhetsvanor inte har ändrats nämnvärt sedan hon började plugga och menar att hon alltid varit intresserad av att hålla sig uppdaterad, något som Nils också säger.

Hos de flesta kan man se att nyhetsvanorna har ändrats, både till det bättre och det sämre. Genom att flytta hemifrån och/eller börja studera har bland annat Erik och Lena uppgett att de vill ha mer koll. Att flytta hemifrån är en stor omställning och man kan möjligtvis koppla detta till Berelson (1949) och hans teori om att medierna ger trygghet. Genom att öka sin nyhetskonsumtion kanske en del av den osäkerhet som upplevs när man flyttar hemifrån minskas. Samtidigt kan det påverka nyhetskonsumtionen negativt att börja studera i och med att man inte har lika mycket tid, som Emma antyder. Maria

och Johan, som anser att deras nyhetsvanor inte har förändrats nämnvärt, kanske har starkt definierade rutiner eller vanor kring sin nyhetskonsumtion som inte direkt ändras på grund av nya situationer. Det är också, som Diddi och LaRose (2006) möjligt att vanorna ändras, vilket inte betyder att de per definition ändras när dagliga rutiner ändras. Svaren från respondenterna tyder dock på att nyhetskonsumtionen ändras i viss mån.

6 Slutsatser och diskussion

I detta avsnitt sammanfattas resultaten och slutsatser dras. Därefter förs en diskussion kring undersökningen samt vad resultaten kan betyda för tidningsdöden. Till sist ges förslag på vidare forskning med utgångspunkt i frågor som har uppstått under denna undersökning.

6.1 Sammanfattning och slutsatser

Tidigare forskning har visat på en svaghet gällande den kvalitativa aspekten av varför universitetsstudenter konsumerar nyheter. Som Bryman och Bell (2005) påpekar görs kvantitativa studier främst för att generalisera, vilket kan ge en bra överblick över ett fenomen. Men för att få en djupare förståelse för fenomen är en kvalitativ ansats i vissa aspekter bättre. Samtidigt lämnar en kvalitativ ansats en del att önska när det gäller just generaliserbarhet. Det som denna undersökning kommer fram till går alltså inte att applicera på alla universitetsstudenter i Sverige. Som Johannessen och Tufte (2003) skriver är det dock överförbarhet som eftersträvas i kvalitativa studier där tolkningar och förklaringar kan vara till nytta och ge mening även utanför undersökningen. Detta är viktigt att ha i åtanke när vi nu går in på slutsatserna.

6.1.1 Hur påverkar intressen nyhetskonsumtionen?

Det finns en konsensus bland respondenterna att en personlig rekommendationstjänst är något som anses positivt. Genom denna typ av tjänst blir det lättare att navigera genom den oändliga informationsströmmen som finns ute på internet då man själv kan välja att följa specifika ämnen/kategorier/personer. Samtidigt bör det påpekas att det bara är tre respondenter, av totalt åtta intervjuade, som faktiskt använder en personlig nyhetsportal. Intressen verkar påverka nyhetskonsumtionen i den mån att man hellre läser nyheter om sådant som intresserar en själv, alltså sådana nyheter som rör ämnen eller personer man finner intressanta. Detta kan röra väldigt personliga intressen, men också ett intresse för att hänga med i samhället vilket gör att man väljer att läsa mer generella nyheter än specifika sådana. Intressen verkar dock inte påverka hur mycket nyheter man läser, om man inte specifikt har ett intresse av att läsa nyheter.

6.1.2 Hur påverkar sociala relationer nyhetskonsumtionen?

Flera av respondenterna menar att de vill och känner ett behov av att hänga med så att de kan fungera socialt. Genom medierna kan de alltså hitta delade diskussionsämnen som antingen ligger till grund för att vårda existerande relationer eller fungerar som en samtalsöppnare när man träffar på nya personer. Samtidigt kan sociala relationer ses som en del av nyhetskonsumtionen. Genom exempelvis sociala medier sprids nyheter från antingen vänner eller personer man följer som man tar del av. Sociala medier kan ses som en förlängning av den fysiska världen, där exempelvis Nils som inte använder sociala medier så mycket, pratar med sina vänner för att få reda på större samhällsnyheter. Däremot kan delningar på internet få en att känna ett starkare band till en viss gemenskap då man läser och tar del av det som även den större gemenskapen läser. Detta är också ett tecken på en deltagande kultur på internet där man till viss mån förväntar sig att läsa kommentarer och att vänner delar exempelvis nyheter.

Samtidigt tyder mycket på att den sociala kontexten är väldigt viktig när det gäller nyhetskonsumtionen. Genom att umgås med personer som är väldigt pålästa och diskussionsvänliga kan man själv känna en press på att hänga med i nyhetsflödet och därför öka sin nyhetskonsumtion. Detta kan alltså vara normer som sätts av vänner och kan bidra till hur nyhetskonsumtionen ser ut på individnivå. Respondenterna tar också upp att de känner en press kring att läsa nyheter från samhället, vilket tyder på en samhällsnorm kring nyhetskonsumtion här i Sverige. Eftersom respondenterna är universitetsstudenter befinner de sig också i ytterligare en kontext. Universitetet, och i detta fallet Linnéuniversitetet i Kalmar, verkar ha en positiv påverkan på respondenternas nyhetskonsumtion då föreläsarna till viss del socialiserar in sina studenter i en nyhetskonsumtion. Det finns även tecken på att olika utbildningar har olika syften med respektive nyhetskonsumtion. Kortfattat kan det påstås att sociala relationer verkar påverka nyhetskonsumtionen till stor del.

6.1.3 Vad påverkar valet av nyhetsmedium?

De smarta mobilerna används främst i nyhetskonsumtionen där respondenterna anger att de flera gånger under dagen går in och uppdaterar sig kring vad som har hänt. Genom att göra detta kan de också känna sig trygga i att hänga med, vilket skulle kunna relateras till den sociala biten som diskuterats ovan. Genom att främst använda sig av en

digital nyhetskonsumtion kan man också välja vilka typer av nyheter man själv vill läsa då det finns flera olika appar och sajter tillgängliga. Samtidigt påpekar flera respondenter att de vill att nyheterna ska komma till dem och menar att det är svårt att ge sig ut på internet och försöka hitta något som är relevant för dem. Denna höga nivå av interaktivitet ses alltså som negativ och gör att man dels tycker det är jobbigt att sålla bland nyheter samtidigt som man drar sig undan från vissa nyhetssajter som är för röriga och oklara i sin nyhetsvärdering. Samtidigt förväntar man sig en viss nivå av interaktivitet i och med att man själv vill välja vad det är man ska läsa.

Man vill också ha möjlighet att kunna googla vidare själv för att tillfredsställa ett informationsbehov, något som ses som en stor fördel med den digitala nyhetskonsumtionen. Något annat som också upplevs som väldigt positivt är att det finns blandade innehållsformer på nyhetssajter. Genom att ha flera olika typer av former upplever man att det blir trovärdigare. Detta bör inte förväxlas med möjligheten att ha flera olika typer av innehållsformer på samma innehåll, alltså att man har video, bildspel och text i en artikel, något som ses som överflödigt och rörigt. Tillgången till alla typer av medieinnehåll är dock, som sagt, positivt och gör också att internet ses som mer mångfacetterat och tillfredsställer därför fler behov. Ett behov som däremot inte tillfredsställs i någon hög utsträckning på internet är överblicken. Här ses som TV:n som klart överlägsen då man inte behöver sålla någon information samtidigt som nyhetsvärderingen är tydligare.

Något som kan tyckas vara lite överraskande var att flera vurmade för papperstidningen. Den ses som en slags paus i den digitala vardagen samtidigt som man känner en slags nostalgi kring produkten. Flera nämnde att de ville prenumerera på en tidning när de har ett jobb och ser fram emot att få läsa tidningen till frukosten. Här kan man se att nyhetsvanorna från uppväxten till viss del påverkar valet av nyhetsmedium då denna längtan efter morgontidningen nämndes i relation till frågor om föräldrarnas nyhetskonsumtion under uppväxten. Den generation som har intervjuats i den här studien har bara delvis växt upp med internet och därför är troligtvis inte datorn lika kopplad till nyhetskonsumtion i samma utsträckning som tidningen är.

Det är mycket som kan påverka valet av nyhetsmedium och det är svårt att säga exakt vad det är som påverkar detta val. Att kunna välja vilka typer av nyheter man vill läsa

om verkar dock vara ett behov som inte riktigt uppfylls av de kanaler som de flesta respondenter använder. Denna typ av personliga rekommendationstjänst tillsammans med vanor och behovet av en bra överblick verkar dock vara de faktorer som påverkar valet av nyhetsmedium mest.

6.2 Diskussion

Den här undersökningen började med ett väldigt mörkt scenario angående begreppet tidningsdöden som har florerat i mediebranschen de senaste åren. Främst är det de unga vuxnas nyhetskonsumtion som har varit uppe på agendan då det är denna grupp som står för ett stort läsartapp och på grund av detta kan framtiden till viss del stå på spel då en välfungerande demokrati kräver väl pålästa medborgare. I introduktionen menade jag att genom att försöka få en större insikt i hur unga vuxnas mediebehov ser ut kanske tidningsdöden kan få ett lyckligare slut.

Med utgångspunkt i empiri, analys och slutsatser verkar det som att denna bild som branschen själv målat upp verkar ha målats med en mörkare nyans än vad som är befogat. Respondenterna har själva varit väldigt intresserade av att läsa nyheter och har också gjort så i en större utsträckning än vad jag själv trodde när jag började med denna undersökning. Samtidigt kan detta också bero på att respondenterna kan ha velat ställa sig själva i god dager i och med den samhälleliga press på att läsa nyheter som flera av dem har tagit upp under intervjuerna. Det ska dock påpekas att andra frågor har varit av mer känslig karaktär och här har respondenterna svarat väldigt ärligt enligt min bedömning.

De slutsatser som har dragits i denna undersökning har inte varit helt enkla att komma fram till. Det har till viss del varit ett spretigt empiriskt material där man inte har använt en och samma nyhetskanal och där nyhetskonsumtionen sett väldigt olika ut beroende på person. Samtidigt är denna spretighet ett tecken på den allt mer individualiserade värld vi lever i. Idag verkar det som att man läser nyheter dels för att stimulera ett individbehov som rör ens intressen och dels för att kunna passa in i en gemenskap, vilket kan vara en grupp på Facebook, vänskapskretsen eller samhället i stort. För att komma bort från denna individualisering, som de traditionella tidningshusen inte tjänar något på, kanske man bör arbeta med att skapa en gemenskap för att kunna locka de

unga vuxna, samtidigt som man också finns i en appversion för att nå dem under de där korta internetåtkomsterna under dagen.

Den problematik som denna undersökning har utgått från, att unga vuxna inte konsumerar nyheter i lika stor utsträckning som förr, är statistisk säkerställd enligt Nordicom (2013). Samtidigt kan man ifrågasätta vad som räknas som nyhetskonsumtion. Är det att läsa papperstidningar? Är det att gå in på traditionella tidningars sajter och läsa nyheterna där? I och med att nyheterna till större del verkar komma till de unga vuxna istället för att de själva söker upp dem kanske man ställer fel frågor i undersökningarna som görs. Att klicka på en länk på Twitter eller Facebook eller skapa en egen nyhetssida på Reddit kanske inte ses som nyhetsläsning bland unga vuxna, men det är genom dessa kanaler som man får sina nyheter. På så sätt kanske unga vuxnas dalande nyhetskonsumtion inte är en sanning, man har kanske bara ställt fel frågor. Vi ska dock inte glömma att problemet med tidningsdöden kvarstår. Intäkterna försvinner snabbt i och med att prenumerationerna minskar och de digitala annonsintäkterna till viss del inte når upp till de siffror som papperstidningen har gett historiskt sett. Svaret på tidningsdödens lösning är således fortfarande en gåta.

Den här undersökningens syfte var att på ett mer djuplodat plan nyansera förklaringen till varför universitetsstuderande konsumerar nyheter då det främst har bedrivits kvantitativ forskning på området. Jag hoppas att den här undersökningen har gett vissa svar eller i alla fall något att tänka på när det gäller varför unga vuxna konsumerar nyheter och vad som kan göras åt läsartappet i denna målgrupp som tidningarna upplever. Den kvalitativa lucka som funnits i tidigare forskning kan till viss del stängas genom denna undersökning, men samtidigt har den här undersökningen även genererat frågor som bör undersökas vidare.

6.3 Förslag på vidare forskning

Det hade varit intressant att göra en större undersökning med fler studenter för att få mer empiri att analysera och förhoppningsvis se ett större mönster i unga vuxnas nyhetskonsumtion. Vidare hade det varit intressant att undersöka mer kring valet av nyhetsmedium och vad som anses vara en bra tjänst. Även normer kring nyhetskonsumtion och hur dessa normer upplevs skulle kunna vara något att undersöka vidare.

Det som har dykt upp mellan raderna är hur vänner och personer man följer på exempelvis Twitter och Facebook idag agerar som gatekeepers. Idag vänder man sig hellre till dessa personer i ens nätverk istället för att, som tidigare, låta tidningarna bestämma vilken information man får tillgång till. En undersökning kring vem man väljer som gatekeeper och varför man väljer just den eller dessa person/er hade varit intressant att göra.

Referenser

- Aljukhadar, Muhammad; Senecal, Sylvain & Daoust, Charles-Etienne. 2012. Using Recommendation Agents to Cope with Information Overload. *International Journal of Electronic Commerce*. 17 (2): 41-70. doi: 10.2753/JEC1086-4415170202
- Alvesson, Mats. 2011. *Intervjuer – genomförande, tolkning och reflexivitet*. Malmö: Liber.
- Andén, Axel. 2012. Stort sparpaket på Mittmedia. *Medievärlden*. 10 december. <http://www.medievärlden.se/nyheter/2012/12/stort-sparpaket-pa-mittmedia> (Hämtad 2014-04-02).
- Ang, Ien. 1991. *Desperately seeking the audience*. London: Routledge.
- Beam, Michael A. & Kosicki, Gerald M. 2014. Personalized News Portals: Filtering Systems and Increased News Exposure. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 91 (1): 59-77. doi: 10.1177/1077699013514411
- Berelson, Bernard. 1949. What missing the newspaper means. I Lazarsfeld, Paul & Stanton, Frank (red.) *Communication Research 1948-9*. 111-129. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Borgudd, Joakim. 2014. *Hejdå dagstidningen!* 2 april. <http://joakimborgudd.com/2014/04/02/hejda-dagstidningen/> (Hämtad 2014-04-03).
- Boyd, Danah & Ellison, Nicole. 2008. Social networking sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communications*. 13 (1): 210-230.
- Bryman, Alan & Bell, Emma. 2005. *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Castells, Manuel. 2002. *Internetgalaxen*. Göteborg: Daidalos.
- Chen, Yen-Hao Howard & Corkindale, David. 2008. Towards an understanding of the behavioral intention to use online news service: An exploratory study. *Internet Research*. 18 (3): 286-312. doi: 10.1108/10662240810883326
- Clark, Jessica & Van Slyke, Tracy. 2011. How journalists must operate in a new networked media environment. I McChesney, Robert W. & Pickard, Victor (red.) *Will the last reporter please turn out the lights: the collapse of journalism and what can be done to fix it*. 238-248. New York: New Press.
- Creeber, Glen & Martin, Royston. 2009. *Digital cultures: Understanding new media*. Maidenhead : Open University Press.
- Curran, James. 2005. Mediations of Democracy. I Curran, James & Gurevitch, Michael (red.) *Mass media and society*. 122-149 London: Hodder.
- Dalen, Monica. 2008. *Intervju som metod*. Malmö: Gleerups utbildning.

- Didi, Arvind & LaRose, Robert. 2006. Getting Hooked on News: Uses and Gratifications and the Formation of News Habits Among College Students in an Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 50 (2): 193-210. doi: 10.1207/s15506878jobem5002_2
- Dimmick, John; Chen, Yan & Li, Zhan. 2004. Competition Between the Internet and Traditional News Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimension. *Journal of Media Economics*. 17 (1): 19-33.
- Dimmick, John; Feaster, John Christian & Hoplamazian, Gregory J. 2011. News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*. 13 (1): 23-39.
- Dimmick, John; Feaster, John Christian & Ramirez, Artemio. 2011. The niches of interpersonal media: Relationships in time and space. *New Media & Society*. 13 (8): 1265-1282. doi: 10.1177/1461444811403445
- Eadie, William F. (red.). 2009. *21st century communication: a reference handbook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). 2010. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Enda, Jodi & Mitchell, Amy. 2013. Americans Show Signs of Leaving a News Outlet, Citing Less Information. *The Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism*. 19 mars. <http://stateofthemediamedia.org/2013/special-reports-landing-page/citing-reduced-quality-many-americans-abandon-news-outlets/> (Hämtad 2014-04-07).
- Ericsson. 2011. *Traffic and market data report*. <http://hugin.info/1061/R/1561267/483187.pdf> (Hämtad 2014-04-10).
- Feaster, John Christian. 2009. The repertoire niches of interpersonal media: competition and coexistence at the level of the individual. *New Media & Society*. 11 (6): 965-984. doi: 10.1177/1461444809336549
- Findahl, Olle. 2013. *Svenskarna och internet 2013*. <https://www.iis.se/docs/SOI2013.pdf> (Hämtad 2014-04-09).
- Fiske, John. 1997. *Kommunikationsteorier: en introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Fortunati, Leopoldina; Deuze, Mark & de Luca, Federico. 2014. The New About News: How Print, Online, Free, and Mobile Coconstruct New Audiences in Italy, France, Spain, the UK, and Germany. *Journal of Computer-mediated Communication*. 19 (2): 121-140.
- Gane, Nicholas & Beer, David. 2008. *New media*. Oxford: Berg.

Gaskins, Benjamin & Jerit, Jennifer. 2012. Internet News: Is It a Replacement for Traditional Media Outlets? *The International Journal of Press/Politics*. 17 (2): 190-213. doi: 10.1177/1940161211434640

Gripsrud, Jostein. 2002. *Understanding media culture*. London: Arnold.

Ha, Louisa & Fang, Ling. 2012. Internet experience and time displacement of traditional news media use: An application of the theory of the nice. *Telematics and Informatics*. 29 (2): 177-186. doi: 10.1016/j.tele.2011.06.001

Habermas, Jürgen. 2003. *Borgerlig offentlighet: kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna samhället*. 4:e uppl. Lund: Arkiv.

Hadenius, Stig; Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela. 2011. *Massmedier: Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. 10:e uppl. Stockholm: Ekerlid.

Helander, Magnus. 2013. Metro skrotar redaktionerna i Göteborg och Malmö. *Resumé*. 27 november. <http://www.resume.se/nyheter/media/2013/11/27/metro-skrotar-redaktionerna-i-goteborg-och-malmo/> (Hämtad 2014-04-10).

Hemment, Drew. 2005. The Mobile Effect. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*. 11 (2): 32-40.

Humlehagen, Britta. 2014. För vårdgivare – om barn & tonåringar och Unga Vuxna. *Västra Götalandsregionen*. <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/Tandvardsenheten/For-privata-vardgivare-om-barntandvard/> (Hämtad 2014-04-09).

Jalakas, Anne. 2001. Tidningsdöd kan drabba alla. *Journalisten*. 19 november. <http://www.journalisten.se/kronika/tidningsdod-kan-drabba-alla> (Hämtad 2014-04-02).

Ji, Pan & Fu, W. Wayne. 2013. Love Internet, love online content: Predicting Internet affinity with information gratification and social gratifications. *Internet Research*. 23 (4): 396-413. doi: 10.1108/IntR-08-2012-0155

Johannessen, Asbjørn & Tuft, Per Arne. 2003. *Introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Liber.

Karlsson, Thomas. 2013. Sparpaket på Dagens Nyheter. *Dagens Nyheter*. 7 mars. <http://www.dn.se/ekonomi/sparpaket-pa-dagens-nyheter/> (Hämtad 2014-04-02).

Katz, Elihu; Haas, Hadassah & Gurevtich, Michael. 1973. On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*. 38 (2): 164-181.

Kiousis, Spiro & Dimitrova, Daniela V. 2006. Differential impact of Web site content: Exploring the influence of source (public relations versus news), modality, and participation on college students' perceptions. *Public Relations Review*. 32 (2): 177-179. doi: 10.1016/j.pubrev.2006.02.013

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend. 2009. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur.

- Li, Xigen. 2013. Innovativeness, personal initiative, news affinity and news utility as predictors of the use of mobile phones as news devices. *Chinese Journal of Communication*. 6 (3): 350-373.
- Lin, Carolyn A. 1999. Online-service Adoption Likelihood. *Journal of Advertising Research*. 39 (2): 79-89.
- Lin, Carolyn A. 2002. Perceived Gratifications of Online Media Service Use among Potential Users. *Telematics and Informatics*. 19 (1): 3-19.
- Lin, Chen; Xie, Runquan; Guan, Xinjun; Li, Le & Li, Tao. 2014. Personalized news recommendation via implicit social experts. *Information Sciences*. 254: 1-18. doi: 10.1016/j.ins.2013.08.034
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's mass communication theory*. 6:e uppl. London: Sage.
- McQuail, Denis; Blumler, Jay & Brown, Joseph. 1972. The television audience: A revised perspective. I Denis McQuail (red.) *Sociology of Mass Communication*. 135–165. Harmondsworth: Penguin.
- Nesser, Johannes. 2013. Fördubblat sparpaket på SvD. *Journalisten*. 26 november. <http://www.journalisten.se/nyheter/fordubblat-sparpaket-pa-svd> (Hämtad 2014-04-02).
- Nordicom. 2013. *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2012*. Göteborg : Nordicom-Sverige, Nordiskt informationscenter för medie- och kommunikationsforskning, Göteborgs universitet
- Nygren, Gunnar & Wadbring, Ingela (red.). 2013. *På väg mot medievärlden 2020: journalistik, teknik, marknad*. 5:e uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Pai, Peiyu & Arnott, David C. 2013. User adoption of social networking sites: Eliciting uses and gratifications through a means-end approach. *Computers in Human Behavior*. 29 (3): 1039-1053.
- Patel, Runa & Davidson, Bo. 2011. *Forskningsmetodikens grunder*. 4:e uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Pew Research Center. 2008. *Audience Segments in a Changing News Environment*. <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/444.pdf> (Hämtad 2014-04-07).
- Raman, T. V. 2009. Toward 2w, Beyond Web 2.0. *Communications of the ACM*. 52 (2): 52-59.
- Resumé. 2013. Fallande annonsintäkter i dagspressen. *Resumé*. 26 september. <http://www.resume.se/nyheter/dagspress/2013/09/26/fallande-annonsintakter-i-dagspressen/> (Hämtad 2014-04-02).
- Rindevall, Qia. 2007. HD/NST lägger nertvå [sic!] lokalredaktioner. *Journalisten*. 18 oktober. <http://www.journalisten.se/nyheter/hdnst-lagger-nertva-lokalredaktioner> (Hämtad 2014-04-10).

- Rubin, Alan M. 1984. Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*. 34 (3): 67-77. doi: 10.1111/j.1460-2466.1984.tb02174.x
- Ryen, Anne. 2004. *Kvalitativ intervju: från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Severin, Werner J. & Tankard, James W. 2010. *Communication theories: origins, methods and uses in the mass media*. 5:e uppl. New York: Addison Wesley Longman.
- Socialstyrelsen. 2009. Meddelandeblad.
http://www.socialstyrelsen.se/Lists/Artikelkatalog/Attachments/8386/2009-126-164_2009126164.pdf (Hämtad 2014-04-09).
- Sundar, S. Shyam & Limperos, Anthony M. 2013. Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 57 (4): 504-525. doi: 10.1080/08838151.2013.845827
- Thomsson, Heléne. 2010. *Reflexiva intervjuer*. 2:a uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Thurén, Torsten. 2007. *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2:a uppl. Stockholm: Liber.
- Trilling, Damian & Schoenbach, Klaus. 2013. Skipping current affairs: The non-users of online and offline news. *European Journal of Communication*. 28 (1): 35-51. doi: 10.1177/0267323112453671
- Trost, Jan. 2010. *Kvalitativa intervjuer*. 4:e uppl. Lund: Studentlitteratur.
- TV4-Gruppen. 2014. TV4 lägger ned lokala nyhetssändningar – riksdirektionen förstärks med inrikesreportrar ute i landet. *TV4-Gruppen*. 9 april.
<http://www.tv4gruppen.se/Pressmeddelanden/TV4-lagger-ned-lokala-nyhetssandningar-riksredaktionen-forstarks-med-inrikesreportrar-ute-i-landet/> (Hämtad 2014-04-10).
- Vetenskapsrådet. u.å. *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> (Hämtad 2014-04-17).
- Vincent, Richard C. & Basil, Michael D. 1997. College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 41 (3): 380-312.
- Weeks, Brian E. & Holbert, R. Lance. 2013. Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communications Quarterly*. 90 (2): 212-232. doi: 10.1177/1077699013482906
- Weibull, L. 1985. Structural factors in gratifications research. I Rosengren K.E.; Wenner, L.A. & Palmgreen, P. (red.) *Media gratifications research: Current perspectives*. 123–157. Beverly Hills: Sage.
- Weiss, Amy Schmits. 2013. Exploring News Apps and Location-Based Services on the Smartphone. *Journalism & Mass Communications Quarterly*. 90 (3): 435-446. doi: 10.1177/1077699013493788

Whiting, Anita & Williams, David. 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 16 (4): 362-369. doi: 10.1108/QMR-06-2013-0041

Yin, Robert K. 2013. *Kvalitativ forskning från start till mål*. Lund: Studentlitteratur.

Zang, Lingzi & Zang, Weiyu. 2013. Real-time Internet news browsing: Information vs. Experience-related gratifications and behaviors. *Computers in Human Behavior*. 29 (6): 2712-2721. doi: 10.1016/j.chb.2013.07.009

Bilagor

Bilaga A Intervjuguide

Innan intervjun börjar

- * Förklara vad studien går ut på och att du kommer att vara anonym
- * Materialet används endast till c-uppsatsen och offentliggörs iom publicering i DiVA
- * Är det okej att intervjun spelas in?
- * Tryck på att det inte finns något rätt eller fel svar

Allmänna frågor

- * Hur ser din nyhetskonsumtion ut idag?
- * Varför ser den ut som den gör?

Hur påverkar intressen nyhetskonsumtionen?

- * Är det viktigt för dig att dina intressen återspeglas i nyhetsflödet? Varför/Varför inte?
- * Vill du främst ha nyheter som rör dina intressen eller sådana som rör och påverkar samhället i stort? Varför?
- * Letar du aktivt upp nyheter som rör dina intressen? Varför/Varför inte? Hur får du nyheter istället?

Hur påverkar sociala relationer nyhetskonsumtionen?

- * Hur har nyhetskonsumtionen i din familj sett ut under din uppväxt? Hur tror du det har påverkat dig?
- * Läser dina vänner/familj mycket nyheter idag?
- * Hur skulle du säga att dina nyhetsvanor har ändrats sedan du började studera?
- * Vem eller vad skulle du säga påverkar din nyhetsläsning? Varför/Varför inte?
- * Var hittar du nyheter?
- * Är det viktigt för dig att läsa nyheter? Varför/Varför inte?
- * Känner du att det är viktigt att läsa de nyheter som delas av dina vänner? Varför/Varför inte?

Vad påverkar valet av nyhetsmedium?

- * Vad tycker du om nyhetstjänster där du i viss mån kan styra vilken typ av innehåll som visas? Varför?
- * Konsumerar du hellre nyheter på webben eller på papper? Varför?
- * Vad ger webben som papperet inte kan ge dig?
- * Vad ger papperet som webben inte kan ge dig?
- * Konsumerar du nyheter via mobilen? Varför/Varför inte? När gör du det?
- * Varför har du valt att läsa nyheter på just X?
- * Vad skiljer X från konkurrenterna?
- * Tycker du att det räcker med att läsa nyheter på ett ställe? Varför/Varför inte?
- * Hur viktigt är det för dig att det finns olika typer av innehåll på X? (exempelvis bildspel, grafik)

Avslut

- * Är det något du skulle vilja tillägga som inte har kommit fram?
- * Tacka för deltagandet

X = nyhetstjänst som respondenten har tagit upp tidigare i intervjun