



Examensarbete 15 hp – Kandidatuppsats  
Medie- och kommunikationsvetenskap

# ”Om papperstidningen försvann hade han fått psykos”

*En kvalitativ studie om tidningsdöden och unga  
universitetsstudenters nyhetskonsumtion*



*Författare: Alexandra Schytt  
Författare: Anna Bakalarska*

*Handledare: Maria Elliot  
Examinator: Sara Hamqvist  
Termin: VT14  
Ämne: Medie- och  
kommunikationsvetenskap  
Nivå: Kandidat*

# Abstract

**Author:** Alexandra Schytt, Anna Bakalarska

**Title:** "If the daily press disappeared he would get a psychosis"

**Location:** Linnaeus University

**Language:** Swedish

**Number of pages:** 45

This report shows a qualitative study on how six young adults in the ages between 20-30 who are students at Linnaeus University in Kalmar perceive their news consumption habits and their use of news media on digital platforms. The aim of the study is to examine whether the six students feel the strongest connection with the press where they were raised or where they currently live, why they choose to use the media platforms they do and what meaning the use of the media bears to the students. We have seen a lack of information concerning why young people choose to consume news online instead of in printed media.

The study is focused on theories concerning what affects people in their choice of media platforms and channels. This report shows that geographic nature, the quality of the content and which political ideology the daily press is founded on does not affect the respondents choice of media. Our study shows that the most important factor for the respondents is that the platform is easily accessible and flexible. We can also see that the disappearing of the printed newspaper is connected to generations and technology.

## Keywords/Nyckelord

Digital divide, Qualitative interview, qualitative method, newspaper, daily mail, news, media consumption, news consumption, digital age, digital platform, identity, news values, digital klyfta, kunskapsklyfta, Intervjustudie, kvalitativ metod, tidning, dagspress, nyheter, mediekonsumtion, nyhetskonsumtion, digitalisering, digitala plattformar, identitetsskapande, nyhetsvärde

## Tack

Maria Elliott som handlett oss under uppsatsens lopp. Våra fantastiska respondenter för givande och intressanta intervjuer. Victor Bergseije med vänner för att de utfodrade två stressade c-uppsatstjejer när tiden var knaper.

# Innehåll

<b>1 Inledning</b>	<b>4</b>
<b>2 Litteraturgranskning</b>	<b>7</b>
2.1 Historia	7
2.2 Medielandskapet idag - nya utmaningar	8
2.2.1 Den digitala klyftan	9
2.3 Mediekonsumtion	10
2.4 Attityder	11
2.5 Kultur & Identitet	11
2.6 Framtiden	13
<b>3 Syfte/Frågeställning</b>	<b>15</b>
<b>4 Metod och forskningsetik</b>	<b>16</b>
4.1 Förförståelse	16
4.2 Ansats	16
4.3 Undersökningsmetod	16
4.4 Datainsamling - Primärkällor	17
4.5 Operationalisering	17
4.6 Intervjuer	18
4.7 Urval	19
4.8 Forskningsetik	19
4.9 Metod- och källkritik	20
<b>5 Empiri</b>	<b>23</b>
5.1 Mediekonsumtion	23
5.2 Attityder	26
5.3 Kultur & Identitet	27
5.4 Framtid	29
<b>6 Analys</b>	<b>32</b>
6.1 Mediekonsumtion	32
6.2 Attityder	35
6.3 Kultur & Identitet	37
6.4 Framtid	39
6.4.1 Scenario 1: Tröghetens triumf	40
6.4.2 Scenario 2: Generationsskifte	40
6.4.3 Scenario 3: Den oväntade tekniken	42
<b>7 Slutsats och Diskussion</b>	<b>42</b>
7.1 Slutsatser	42
7.2 Diskussion	44
7.3 Förslag till framtida forskning	46
7.4 Förslag till företag	46
<b>Referenser</b>	<b>47</b>

<b>Bilagor</b>	<b>I</b>
Bilaga A Intervjuguide	I

# 1 Inledning

Medier är teknologier för att skapa och sprida budskap som ska kunna tolkas av mottagare. Medier möjliggör att människor, även när de inte är i varandras närhet kan utbyta budskap (Hannerz, 1990). Nya teknologier har radikalt förändrat hur vi kommunicerar och formar medieinnehåll, mot hur man gjort tidigare. Dessa nya informationsteknologier är användarvänliga och flexibla både för utvecklare som användare. De har skapats många möjligheter med digitaliseringen och internet i spetsen: dessa har underlättat kommunikation världen över med e-mail, chatt, en större tillgång till information och möjligheten att starta egen webbsida för att nämna några (Lull, 2000).

Att papperstidningens tid kan vara över inom en snar framtid har förutspåtts av många under en längre tid och på [Futureexploration.net](http://Futureexploration.net) kan man läsa att tidningar kommer, så som de ser ut idag, vara obetydande redan 2025 i Sverige ([www.futureexploration.net](http://www.futureexploration.net), 2014) Även Hvitfelt och Nygren (2008) skriver att dagstidningar i tryckt form kommer att utgöra en väldigt liten del av framtidens medieföretag och det som är avgörande för om papperstidningen kommer finnas kvar är användbarheten. Dagstidningsläsandet i Sverige är högre än i många andra länder och en genomsnittlig dag läser ca 80 % av den svenska befolkningen en dagstidning. Däremot går det inte att ignorera de siffror som visar på ett minskande dagstidningsläsande, där siffrorna dalar för varje år som går. Morgontidningsläsandet har sjunkit de senaste två decennierna. Nedgången i läsandet är störst bland människor i åldrarna 25-44 år (Carlsson, 2011). Under 1990 talet var det första gången som det började gå sämre för dagspressen sedan den grundades (Carlsson & Facht, 2014). Som Carlsson och Facht (2014) beskriver dalade läsningen främst bland de yngre, de som har det sämre ställt, samt folk med invandrarbakgrund. Något som även var fröet till att gratistidningen Metro startades. Denna tidning skulle komma att bli en konkurrens för dagstidningar då den kunde nå läsare som hade varit svåra att nå genom dagstidningen (Carlsson & Facht, 2014).

Mellan år 2000 och 2010 uppkom ytterligare ett problem för dagspressen då det dagliga dagstidningsläsandet under dessa år även nu började minska. Innan hade de dalande siffrorna hållit sig till försäljningen av lösnummer. Nedgången är, som det beskrivs i Mediesverige 2014 betydligt större för de yngre grupperna än de äldre (Carlsson & Facht, 2014). Mellan slutet av 80-talet till 2010 minskade tidningsläsandet mellan ungdomar mellan 16-29 år från 70 % till 30 % (Carlsson & Facht, 2014). Många tidningar började publicera sitt innehåll online under internets genombrott vilket hotade deras tidigare affärsmodeller. Tryckta tidningar och traditionell journalistik kan behöva uppdateras för att kunna anpassa sig till denna digitala verklighet. Dagspressen finns kvar och är fortfarande vinstdrivande då hoten från Internet och digitala alternativ tar tid innan de realiserar. Dagspressen har en tradition djupt rotad i tryckt tidning och behöver anpassa sig till en ny tid där internet är en stor del av mediekonsumtionen. Den unga generationen har stor internetvana men saknar vanan att läsa tryckta dagstidningar, något som den äldre generationen har (Küng, Picard & Towse, 2008).

År 2005 var året då antalet hushåll i Sverige som hade en nätuppkoppling översteg antalet tidningsprenumeranter. År 2010 hade denna utveckling fortsatt och antalet som hade internetuppkoppling var då 80 % medan det enbart var 60 % som hade en dagstidningsprenumeration. I takt med att internet fick en genomslagskraft innebar det svårigheter och en konkurrenssituation för dagspressen, främst märktes detta på försäljningen av lösnummer skriver man i Mediesverige (2014). För läsningen av lösnummer såg det mörkt ut, läsningen av dessa nummer har än idag i stor utsträckning övergått till att man läser på nätet. Webbläsningen gick förbi lösnummerläsningen redan år 2004. Problemet för tidningarna har varit hur man ska kunna få sina nättidningar lönsamma (Carlsson & Facht, 2014). Tidningarna måste vara försiktiga när de lägger ut innehåll gratis på internet, då detta kan ha negativa effekter för den tryckta versionen. Online måste man hitta nya möjligheter för att konkurrera om läsarna. Ett exempel på detta är nyhetsfunktioner som är personliga och ger läsaren de artiklar denne är intresserad av. Många tidningsledare jobbar nu strategiskt för att ta vara på de nya möjligheter som digitaliseringen medför. Eftersom detta är en ny situation får man lära sig vad som fungerar genom att testa, så man kan säga att tidningar online fortfarande är i en experimentfas (Küng et al., 2008).

Att medielandskapet blir mer och mer digitalt är en grundläggande faktor för konvergens mellan olika typer av medier där internet är den viktigaste plattformen för digital utveckling och kärnan för konvergens mellan olika typer av kommunikation. Internet når ut till många, är kostnadseffektivt, erbjuder hög kvalitet och möjlighet till interaktivitet, vilket är nytt för massmedier (Küng et al., 2008). Idag finns det ett fåtal stora aktörer inom mediesverige som äger majoriteten av våra medier däribland finner vi Bonnier, Stenbeck, MTG samt SBS Discovery group. Detta är en skillnad mot hur det såg ut innan 1990-talet då intressena var av politisk karaktär, istället är det nu privata aktörer som reglerar marknaden (Carlsson & Facht, 2014). Utvecklingen går mot att det blir färre dagstidningar, detta på grund av att de slås ihop. I kontrast blir innehållsmässig profilering tydligare, detta gäller speciellt lokaltidningar. Man har i takt med att digitaliseringen satt sina spår behövt arbeta fram nya sätt att försöka nå ut med sitt innehåll, exempel på detta i dagspressens sfär ser vi exempelvis om vi tittar på webbtidningar som uppkommit (Sternvik, 2007).

Fördelen med digitala tidningar är att produktion och distribution är billigare än för tryckta tidningar. De ger också möjligheten att nå ut till fler läsare och ger möjlighet till interaktivitet (Küng et al., 2008). En stor svårighet med betalningsmodeller på nätet är att det finns en betalningsovilja att betala för innehållet på denna plattform. Många tidningar är fortfarande gratis online medan andra har experimenterat med premiumtjänster där vissa delar av innehållet är gratis och resten bakom en betalvägg (Küng et al., 2008). Ett annat problem som beskrivs med nättidningen är att man i denna satsning inte lyckats fånga upp ungdomar till att läsa på denna plattform, något som leder till att detta inte kompenserar det bortfall man har haft i papperstidningen. Som det beskrivs så har de lokala dagstidningarna varit de som misslyckats mest på denna punkt. Förklaringen ges genom att man menar att sociala medier är en plattform som de unga hellre använder sig av (Carlsson & Facht, 2014). Att framtiden blir mer digital är tydligt i de resultat Wiberg fått fram i sin undersökning och utmaningen blir att hantera övergången från det analoga till det digitala tillräckligt snabbt (Wilberg, 2012). Wilberg menar även att tekniken finns och han vill ta del av lokala nyheter via digitala plattformar. Detta av den anledning att man då kan konsumera sina nyheter var som

helst och när som helst. Han betonar dock att vi måste skaffa oss en större förståelse och fler strategier för att kunna arbeta på nya sätt detta då vi är så vana vid det analoga tänket (Wilberg, 2010).

Således finns det många fördelar med att publicera nyheter på digitala plattformar. Det man måste ha i åtanke är vad detta kan ha för inverkan på samhället, då alla inte har samma möjlighet till att ta del av informationen på Internet. Det kan bero på att man inte har tillgång till internet, dator eller att man inte har kunskap om hur man söker information (Hvitfelt & Nygren, 2008). Detta bildar en digital klyfta i samhället som även kan påverkas av att vissa har snabbare uppkoppling än andra (Castells, 2002). Klyftan har studerats sedan 1970 - talet då Philip J. Tichenor presenterade The Knowledge Gap Hypothesis (Tran, 2013). Hypotesen har sedan dess använts i många vetenskapliga områden bl. a. Politik, utbildning, rymdforskning, miljövetenskap, internationella konflikter, massmedia och hälsa (Wallington 2010) vilket gör att vi måste ta denna studie i beaktning då teorin verkar vara av stor vetenskaplig vikt. Kunskapsklyftan finns även i Sverige (Hvitfelt & Nygren, 2008) och vi anser att det är av vikt att studera varför man väljer att ta del av nyheter digitalt istället i tryckt form, då klyftan växer i och med att användningen av internet ökar jämfört med de traditionella plattformarna (Wei & Hindman, 2011). Denna digitala klyfta kan ha en inverkan på framtidens demokrati, då medierna fragmenteras vilket leder till att de inte har samma gemenskapande funktion som de tidigare har haft (Hvitfelt & Nygren, 2008), något som vi anser är viktigt att belysa och diskutera så kunskapsklyftan inte ökar då denna fragmentering av innehåll kan leda till att demokratin i förlängningen blir lidande.

## 2 Litteraturgranskning

*Nya tekniker har lett till att medieinnehållet snabbt kan publiceras på flera plattformar, vilket har betydelse för dagspress. Dagspressen har under en lång tid haft en dalande upplaga och man pratar om att ungdomar kan vara en förlorad publik. Det uppkommer ständigt nya medier och sedan slutet av 1990-talet har dagspressen stått inför nya svårigheter då digitala medier börjat konkurrera om läsarna. De största konkurrenterna för dagstidningen är de lokala gratistidningarna och webbtidningar (Wilberg, 2012). De nya medierna ger publiken större valmöjligheter att ta del av det innehåll som intresserar just dem samt att ta del av innehållet när det passar dem, vilket i förlängningen leder till att medievanor blir mer individuellt anpassade (Wadbring, 2014). Risken är att tryckta tidningar överges helt av den yngre publiken på grund av att internet är snabbare och mer interaktivt, det är även lättare för annonsörer att definiera sin målgrupp på internet. Har dessa nya medier kanske inneburit att tidningar inte längre inte har samma position som förr där de levererar en världsbild till sin publik (Fenton, 2010).*

### 2.1 Historia

Tidningar har funnits i mer än 400 år. En stor skillnad för tidningar idag mot förr är att de tidigare var ensamma på nyhetsarenan men nu har en konkurrens från flera stora massmedier uppkommit (Bergström et al., 2005). Under 70-80 -talet fick dagspressen känna på konkurrens som medium i och med att närradion och videon utvecklades. Senare under 80-talet skedde en avreglering av etermedier vilket ledde till att antalet radio- och TV kanaler ökade lavinartat. Dagspressen som tidigare varit ensam som annonskanal fick konkurrens av de andra medierna (Sternvik, 2007). Hos den svenska befolkningen har dagstidningsläsandet under de senaste 25 åren varit relativt stabilt, detta trots framväxten av nya medier. Dagspress och speciellt morgontidningar har den absolut största nyhetspubliken och är det största nyhetsmediet. Dagspressen har samma roll idag som för 25 år sedan: att dagligen rapportera om nyheter (Bergström et al., 2005). Man kunde se en svag minskning av dagstidningsläsandet redan i början av 90-talet (Bergström et al., 2005). Detta var årtiondet då annonsförsäljningen sjönk samtidigt som den redaktionella volymen bibehölls. Detta ledde till finansiella problem för tidningarna. Under 90-talet dalade alltså det vanemässiga läsandet av dagspress för första gången (Sternvik, 2007), trots det ligger vi på samma läsarnivå idag som i slutet på 70-talet överlag (Bergström et al., 2005).

Dagspress har under sin existens utvecklats för att effektivisera och handskas med de problem som uppkommit under vägen, detta främst innehållsmässigt. Tidningarna har fått ett mindre format, även kallat tabloidformat och man har bytt papper. Under 60-talet skedde även en förändring av journalistiken som blev mer professionell än tidigare och fick nya ideal. Under 80- och 90-talet utmanades den politiska traditionen. Med tiden har dagspressen blivit mer lokal menar Sternvik (2007) då lokala medier har satsat extra mycket på just det lokala, de senaste 20-30 åren. Detta för att kunna konkurrera om läsarna och det har visat sig att de lokala nyheterna värderas högre och får mer utrymme än annat innehåll (Hvitfelt & Nygren, 2008).



## 2.2 Medielandskapet idag - nya utmaningar

Denna del av litteraturgranskningen är den enda som inte är ett genomgående tema genom denna studies lopp. Informationen bidrar till att vi får en helhetsbild över medielandskapet och kan analysera vår empiri ur ett bredare perspektiv, i kombination med teori från varje tema. Det ger också läsaren en tydligare bild av problemområdet.

Människor söker inte information på samma sätt som tidigare. Under flera år har Nordicoms undersökningar visat på att folks nyhetskonsumtion sjunker ständigt i takt med att det tillkommer flera valmöjligheter på mediemarknaden. Något som inte är bra för dagstidningars marknad (Appelgren, Leckner & Mejtoff, 2014). Mediebarometern (2014) visar på att människor överlag läser nyheter i mindre utsträckning på alla plattformar samtidigt som medieutbudet ökar lavinartat (Appelgren et al., 2014). Konkurrenskrafter mot journalistiken är det nöjesmässiga innehållet och det användargenererade innehållet. I och med att den yngre generationen nyttjar internet mer än den äldre generationen som läser papperstidningen mer så finns det en diskrepans mellan de två där de unga anser att internet är viktigare och de äldre att pappret är viktigare. Med andra ord så anser man att det man använder mest är viktigast (Sternvik, 2007). Det finns ett oklarhet gällande dagspress på nätet. Westlund (2004) skiver i sin arbetsrapport att äldre tror att de yngre läser lokaltidningen på nätet, medan den yngre målgruppen inte alls gör det. De yngre är inte intresserade av en lokaltidning i dagsläget men tror att de i framtiden kommer skaffa en prunumeration (Westlund, 2004). I och med att datorn har blivit populär så har det skett en fragmentering inom alla medier då det inneburit större valmöjligheter mellan olika medier och var man väljer att använda sig utav dessa men även inom medierna där det skett en fragmentering av innehållet. En annan stor skillnad är sättet på vilket vi använder oss av medier på, där man förr antog att publiken enbart använde sig av mediet medan man idag ofta gör väldigt många saker samtidigt. Detta har inte minst påverkats av datorn- och mobilens utveckling. Att man både utför en aktivitet samtidigt som man är en del av en publik gäller särskilt ungas medievanor då dessa ofta ses som pionjerna för detta (Livingstone, 2002).

Dagstidningar har idag trots ökad konkurrens en stark position på marknaden. Olika medier kan användas vid olika tidpunkter under dagen eller under en livstid eftersom de uppfyller olika behov och funktioner. Medier måste förändras och anpassa sig för att inte dö ut. Nya medieformer innebär inte att ett annat medium dör ut. Det innebär att det finns fler former, att konkurrensen ökar och att de i slutändan flyter samman och liknar varandra mer (Hvitfelt & Nygren, 2008). Innehållet har utvecklats till ett tabloidformat vilket har lett till att man får plats med mindre innehåll som måste bestå av mer sensationer. I tabloidformat tvingas nyhetsvärderingen bli hårdare och man sätter högre press på löpen på grund av den minskade platsen. Således har övergången lett till ett tabloidformat som i sin tur lett till en ökning av nöjesnyheter (Sternvik, 2007). Journalistiska produkter blir mer dramaturgiska, ibland med avkall på den innehållsmässiga kvaliteten. Detta innebär att innehållet blir mer tillspetsat och fiktivt. Det nöjesmässiga innehållet blir mer verkligt och det verkliga innehållet blir mer fiktivt. Bilder är viktigare än tidigare och dramatiska händelser prioriteras i nyhetsrapporteringen (Hvitfelt & Nygren, 2008). Gällande risken för att nyheter ska bli en nöjesjournalistik skriver Wadbring i Mediesverige 2014 (2014) att det handlar om att kvällspressen, som det går bra för i den webbaserade nätupplagefrågan, har anpassat sig

till vad marknaden vill ha på ett bra sätt. Morgontidningarna i kontrast har inte förändrats alls mycket för att kunna anpassa sig till det nya digitaliserade medielandskapet. En av anledningarna till den långsamma förändringen inom dagspressen säger Wadbring (2014) är att journalistkåren har en viss professionalism och har organisationer bakom sig som har en klar syn på hur saker och ting ska göras som baseras i hur de har gjorts förr. Detta gör även enligt Wadbring (2014) att skillnaden på tidningars webbupplagor och pappersutgåvor inte alls är stor (Carlsson & Facht, 2014). Man påvisar att de traditionella nyhetskanalerna fortfarande har en viktig samhällsroll där de i större utsträckning agerar som opinionsbildare än de digitala medierna. Funktionen som de traditionella medierna måste tillhandahålla är att de ska välja, förädla, vägleda läsaren i dennes val av informationssökning vilket de nya medierna inte gör i och med att de erbjuder så många valmöjligheter som gör det svårt för den traditionella läsaren (Carlsson & Facht, 2014).

### **2.2.1 Den digitala klyftan**

Digitaliseringen kan leda till att det skapas klyftor i samhället då vissa inte har tillgång till internet, dator eller kunskap om hur man samlar in den informationen man söker efter. Denna klyfta finns i dagläget även i Sverige och påverkas av faktorer som etnisk härkomst, kön, ålder, utbildning, inkomst samt vart man bor (Hvitfelt & Nygren, 2008). Castells (2002) beskriver en förteelse kallad den nya teknikklyftan som innebär en ojämnlighet i tillgång till tekniska medel, han exemplifierar detta genom att förklara att det idag finns olika hastigheter på bredband och alla alla inte har tillgång till den snabbaste uppkopplingen, andra har inte tillgång till internet alls. Han förklarar att när alla har tillgång till internet, så kan den högsta eliten redan ha tillgång till det allra snabbaste uppkopplingen, och en skillnad i vilken typ och hur snabbt man har tillgång till information uppstår (Castells, 2002). Castells (2002) säger precis som Hvitfelt och Nygren (2008) att etnisk härkomst, utbildning och inkomst påverkar den digitala klyftan.

Hvitfelt och Nygren (2008) refererar till Norris (2001) när de beskriver tre olika aspekter av den digitala klyftan; den första är en klyfta mellan rika och fattiga länder, som sträcker sig globalt. Den andra är en klyfta inom enskilda länder som skiljer olika sociala grupper från varandra, det är denna aspekt som är mest relevant för vår studie. Den tredje är en demokratisk klyfta mellan de som använder och inte använder nätets politiska resurser (Hvitfelt & Nygren, 2008). Medier som tillhandahåller nyheter spelar en betydelsefull roll i teorin om kunskapsklyftan, som är ett viktigt ämne inom medieforskning (Tran, 2013). Kunskapsklyftan innebär att det finns en ojämn fördelning av kunskap beroende på socioekonomisk status. Tran (2013) refererar till Tichenor, Donohue och Olien (1970) som exemplifierar den socioekonomiska statusen har genom två aspekter där den första gruppen karaktäriseras av högre utbildning då detta leder till att de har en större kunskap än de av lägre socioekonomisk status. Den andra är att de med hög status har bättre möjligheter att ta till sig och förstå mer kunskap än de av lägre status (Tran, 2013). Tran (2013) förklarar hur Tichenor, Donohue och Olien (1970, 1987) beskriver att kunskapsklyftan beror på tillgången till informationsteknologi och att de tror att klyftan kommer öka mellan de två grupperna vi beskrev ovan, i och med att de med högre socioekonomisk status har lättare att ta till sig ny informationsteknologi (Tran, 2013). Sambandet mellan socioekonomisk status är starkare gällande informationssökning på internet än till tillgången till internet. Klyftan växer med internet jämfört med traditionella medier, främst exemplifieras detta med dagspress och television (Wei & Hindman, 2011).

Jonas Olsson skriver (2013) att ökningen av medieutbud som kommit i och med internets utveckling har lett till att människor lättare kan bortprioritera viktiga nyheter. Han beskriver att många fortfarande dock är intresserade av nyheter men att denna skillnad leder till ökade informationsklyftor som i förlängningen, som Olsson (2013) även beskriver leder detta till kunskapsklyftor. Han exemplifierar med att skriva att nedgången i läsarantal är mest markant för dagstidningsläsandet. Han betonar även att de lokala dagstidningarna, som man tidigare trott har som konkurrensfördel att de rapporterar om nyheter av lokal natur blir mindre populära i takt med att man i dagens samhälle rör på sig mer och inte har någon större anknytning till platsen man bor, vilket i sin tur leder till en ovilja till att betala för det lokala innehållet då det inte är av vikt för en. Han betonar att detta kan leda till att man får mindre kunskap om vad som händer där man bor, något som även här leder till en klyfta mellan de informerade och de som inte är det (Olsson, 2013). När ny teknik utvecklas fragmenteras våra medier vilket förändrar deras sammanhållande effekt i samhället. Detta bör tas på allvar då detta kan påverka vår demokrati och öka kunskapsklyftor. Detta i sin tur kan leda till ett nytt klassamhälle (Hvitfelt & Nygren, 2008).

## 2.3 Mediekonsumtion

Våra teorier kring mediekonsumtion har vi valt ut för att kunna analysera vår empiri inom samma tema. Vi har fokuserat mycket på de parametrar som har betydelse mediekonsumtionen för att vi vill undersöka hur konsumtionen varierar även om man uppfyller samma parametrar. Vi har även teori kring hur man konsumerar medier för att se om det har betydelse för vilken plattform man använder.

En stor del av vår mediekonsumtion är regelbunden som vi utövar dagligen, veckovis eller någon gång i månaden. Dessa mönster är relativt stabila och förankrade i människors sociala kontext. Ålder, klass och utbildning är av betydelse för vilket medieinnehåll man tar del av, speciellt när det gäller dagspress (Elliot, 1997). Man läser tidningen på ett speciellt sätt, genom ett mönster som gör att det blir ett beteende och därigenom passivt. Däremot kan små modifieringar ske beroende på innehållet i tidningen. Medievanor är just vanor tills att något förändras i det vardagliga livet, exempelvis levnadssituationen som att man flyttar hemifrån (Sternvik, 2007).

Läsandet av dagspress är en primär aktivitet medan exempelvis TV-tittandet har blivit en sekundär aktivitet. Detta innebär att man främst gör någonting annat, samtidigt som man konsumerar ett medieinnehåll. Olika medier används på olika sätt vilket kan förklaras i olika användningsstilar, som enligt tysk forskning kan användas oberoende medium. Användarstilarna är: skumläsare som skummar tidning webb och zappar mellan TV-kanalerna och vaneanvändare som har bestämda tider för medieanvändning (Bergström, Wadbring & Weibull, 2005). Ungdomar väljer internet som deras förstahandsval av medium, men spenderar fortfarande mer tid framför TV:n än internet. Ungdomar sägs ofta vara den generation som är konstant uppkopplad och majoriteten av dagens ungdomar i västvärlden har haft tillgång till internet sedan de var barn. Hälften av alla internetanvändande ungdomar säger att de är online minst en gång per dag (Mazzarella, 2007).

Samtligt tidningsinnehåll läses i större utsträckning av de som läser tidningen i pappersform jämfört med de som enbart läser på nätet. Kanske visar detta på olika funktioner hos papperstidningen och nättidningen (Carlsson, 2011). Senare i livet påverkas tidningsläsandet, speciellt av morgontidningar, av utbildning, stabilitet i

boende- och hushållssituation. Hos de ungdomar som under uppväxten haft en morgontidning hos sina föräldrar kanske inte en prenumeration prioriteras med anledning av kostnaden och det kortsiktiga boendeförhållandet som man ofta har under studietiden. Därefter kanske en stressig livsstil väntar med småbarn vilket leder till att det är först i fyrtioårsåldern tidningsläsandet blir väsentligt. Dagstidningen är i tryckt form knuten till hushållet genom betalning och distribution men är i sig ett väldigt rörligt medie man kan ta med sig överallt och läsa när som helst. Anledningen till att man slutat läsa morgontidningen beror sällan på innehållet eller kvaliteten, utan oftare att läsaren är tveksam till priset. Att läsarna är tveksamma till priset är inget konstigt då priserna har höjts, mest under 80- och 90- talet (Weibull, 2014).

## 2.4 Attityder

Vi själva har varierande föreställningar om vissa medier och plattformar. Därför tyckte vi att det var intressant att läsa tidigare forskning om hur attityder påverkar mediekonsumtionen och valet av medie.

Människors medievanor beror på samhällssituationen, mediesituationen och den sociala situationen. Det handlar om känslor och föreställningar om utbudet och hur man söker efter tillfredsställelse genom detta medie. Hur man läser tidningen beror på hur medielandskapet ser ut, om tidningsformatet ändras så kan även läsandet av tidningen ändras. Både innehållsmässiga som utseendemässiga förändringar spelar roll här. Vad som händer i samhället kan även spela stor roll för hur tidningsläsningen ser ut (Sternvik, 2007).

Attityder och föreställningar spelar en stor roll vid valet av tidning. Den kan baseras i erfarenheter, kunskaper och vedertagna värderingar. Förväntningar man har på mediet spelar stor roll i hur man uppfattar och använder sig av det. Attityder gentemot ett medium kan man finna på makronivå i form av attityder gentemot tidningsföretaget och på mikronivå, till innehållet i tidningen. Om en vana är djupt rotad så spelar attityderna gentemot mediet inte någon större roll. Det är även svårare att ändra en attityd om en vana finns till mediet (Sternvik, 2007). På mediemarknaden måste konsumenterna utföra ett val kring dagstidning något som ofta grundar sig i en familjetradition och vanor. Man kan finna en förklaring till åldersgruppers medieanvändning på två sätt; i individens livscykel eller i personens generationstillhörighet. Dagstidningen kan fungera som en länk mellan individ och samhälle (Bergström et al., 2005).

## 2.5 Kultur & Identitet

Litteraturen i detta tema förklarar begrepp som kultur, identitet samt globalisering, som vi finner av intresse då dessa faktorer har betydelse för mediekonsumtionen. Det är intressant då unga vuxnas kultur kan sprida sig globalt då nationella gränser suddas ut genom ny informationsteknik. Vi ser att internet spelar en nyckelroll i ungas vardag och de lever idag i en ny offentlighet. Medier är idag en del av identitetsskapandet och vi använder oss av denna litteratur senare i studien för att ta reda på om våra respondenter tänker på det när de väljer plattform.

Kultur kan beskrivas som sociala fenomen som hänger ihop med medvetandet och kommunikation. Kulturen består av bland annat kunskaper, föreställningar och värderingar och dessa måste yttra sig så att de kan uppfattas av andra med hjälp av våra

sinnen. Kultur är någonting socialt som finns med i människors relationer (Hannerz, 1990).

Populärkultur innebär bokstavligen människors kultur, stilar av människors uttryck gällande intressen och smak. Kulturer utvecklas bland vanliga människor och sprids sedan. En fråga är ifall massmedier reflekterar den sociala verkligheten eller skapar den, det finns inget rätt eller fel och förmodligen är det både och (Lull, 2000). Ungdomar runt om i världen idag konsumerar liknande program i form av spel, musik och många köper även liknande kläder. Detta väcker frågan ifall ungdomar idag är mer lika varandra än tidigare generationer just på grund av internet. Globalisering av medietekniker påverkar ungdomars liv, attityder och tankesätt världen över. Man kan säga att ungdomarna har en delad världskultur nu när teknik erbjuder kommunikation över länders gränser på ett annat sätt. Uppkopplade ungdomar känner idag ofta ett utanförskap då internet idag har en nyckelroll i ungdomars kommunikation och planerande av event (Mazzarella, 2007). Medier har som det beskrivs i *Medierna och Moderniteten* inneburit en ny form av offentlighet. Där vi delar det vi gör via medier, exempel på detta finner vi i kanaler som Youtube, Facebook eller Twitter där vi visar vad vi gör för något för att skapa oss och dela vår tilltänka identitet. Detta började med Gutenberg och boktryckarkonsten och har idag utvecklats till dessa digitala medier. Detta ska dock, som det beskrivs, inte betraktas som något som byter ut den fysiska offentligheten utan snarare något som kompletterar den (Thompson, 2001).

I boken *Young people and the new media* pratar Livingstone (2002) om att unga ofta är de som ligger i framkant med användningen av ny teknologi och att man bör titta på deras beteenden när man undersöker hur man ska utveckla sina verksamheter i framtiden. Detta gäller särskilt som det beskrivs portabla och billiga teknologier som man påvisar snabbast faller de unga i smaken. Unga och barn är i fas med att skapa sig en identitet och en social samt kulturell kontext (Livingstone, 2002).

Konsumtionsbeteenden utvecklas vid tidig ålder och det finns många teorier om hur barn och ungdomar utvecklas som konsumenter där man menar att deras sociala och kognitiva utveckling har betydelse för deras kunskap, förmågor och integration till konsumtion (Mazzarella, 2007).

Att skapa sin egen identitet är enligt Giddens en process eller ett pågående projekt (Wadbring, 2014). I vår tid är traditioner inte lika viktiga i identitetsskapandet som tidigare. För att ta reda på vem man är och vart man är på väg hittar man vägledning genom andra källor där medier spelar en viktig roll i identitetsskapandet (Elliot, 1997). De nationella gränserna för vad man brukar för medier har suddats ut, något som lett till att människor själva måste bestämma vad de vill titta på och har en större valfrihet. I *Mediesverige* refererar man till Giddens och Bauman som säger att individen inte längre har en given identitet i samhället utan måste istället skapa sig en egen, inte minst genom att utföra mediala val. Genom internet har individen större möjlighet att söka, och konsumera de medier som den anser passar dennes intressen och personliga bild bäst (Weibull, 2014). I *Medierna och Moderniteten* skriver man att medierna som de ser ut idag har inneburit vissa problem för identitetsskapande och hur man uppfattar sig själv. Man menar att den uppsjö av medier som finns idag har lett till en fragmentisering av jaget där det inte längre, som det var förr, är en helhet på samma sätt. Man menar dock att denna förändring även kan ses som att jaget har förändrats vilket leder till att vi i det moderna samhället måste titta på hur man skapar sig en identitet på ett annat sätt än man gjort förr. De nya medierna har skapat nya sätt att bilda sig en identitet än vad som

funnits innan. Människans erfarenheter som innan setts som det som formar jaget har kompletterats med något som i boken beskrivs som den medierade erfarenheten med vilken man menar att man kan lära sig saker genom att bruka medier (Thompson, 2001).

Interaktiva medier används som Appelgren et al. (2014) beskriver främst av unga vuxna. På dessa plattformar har de unga möjligheten att visa de mediala val de gjort och på så sätt förmedla en identitet. Samtidigt är den information man får i denna kanal skapad av dem du har i din närhet. Detta kan i förlängningen leda till problem för samhället där de unga kanske inte får ta del av information som hade kunnat leda till att dem tar välinformerade val t.ex. i riksdagsvalet just för att de fått en ensidig information genom att de enbart klickat sig in på det som de i deras närhet har delat med sig av (Hvitfelt & Nygren, 2008). I Mediesverige 2014 beskrivs det att det är det tekniska mediet i samspel med den sociala rollen som avgör vilket medium man väljer att bruka. I och med att det finns en uppsjö kan vi i en tabell som visas utläsa att läsande av morgontidning på internet inte är så populärt. Man visar även i mätningar att dagstidningsläsandet på papper ständigt sjunker. Detta är något som i förlängningen leder till informationsklyftor där många i vårt samhälle får vissa typer av information medan andra får annan information (Appelgren et al., 2014).

## 2.6 Framtiden

I detta teoriavsnitt kommer vi att undersöka vad tidigare forskning säger om dagspressens framtid och vad som påverkar denna. Dessa teorier är relevanta då vi i vår studie vill undersöka hur våra respondenter tror att medielandskapet kommer att förändras.

I slutet av 70-talet gjordes negativa prognoser om dagstidningars framtid där lokala radiosändningar och videon sågs som stora hot för tidningarna. I början av 90-talet ökade oron när satellitkanaler introducerades och kommersiell TV startade. Än idag kan prognoserna se negativa ut, profetior om dagspressens undergång fortsätter och högt uppsatta i mediebranschen har uttalat sig om att *“dagstidningar har framtiden bakom sig och framtiden tillhör de digitala medierna”* (Bergström et al., 2005). Wilberg (2012) har i sin undersökning av nordisk dagspress fått fram att det största hotet ledare inom svensk press upplever är sökmotorer såsom Google samt gratistidningar, med gratistidningar syftar vi i denna studie till den tryckta versionen, medan innehåll i mobiler och andra portabla medieläsare ses som en möjlighet (Wilberg, 2012).

Bergström et al. (2005) har tagit fram tre scenarier för hur dagstidningars framtid kan se ut:

### 2.6.1.1 Scenario 1: Tröghetens triumf

Även om många digitala medier har vuxit fram har detta inte påverkat dagspressen särskilt mycket, trots prognoser om det motsatta. Detta kan bero på styrkan i dagspressen och deras förmåga att profilera sig gentemot konkurrenter. Publiken vill inte ändra sina vanor och ta till sig nya saker i den mån man hade förväntat sig. Tidningar har beskrivits som *“the daily us”* och att morgontidningen har en social funktion ökar integrationen i våra vanor. Denna sociala funktion har inte kunnat hotas av nya medier och det är svårt för konkurrenter att förändra vanor som funnits med i decennier. Tröghetsscenario förutspår därför inga stora förändringar förrän i slutet av

2020-talet. Utmaningen blir för lokal dagspress att bevara lokaliteten genom ett bra innehåll till ett förmånligt pris.

#### *2.6.1.2 Scenario 2: Generationsskifte*

Det andra möjliga scenariot kallas generationsskifte och fokuserar på att varje generation skolas in i ett mediasystem där man har vissa förväntningar på medier. Hur man använder medier och vad man värderar präglas av generationen. 40-talisterna har fasta medievanor och en stark relation till dagstidningar vilket har bidragit till dagstidningarnas stabilitet. Vi kan dock förvänta oss en snabb nedgång för dagspressen när 40-talisterna dör eftersom de nya generationerna inte har alls samma relation till dagstidningen. Det är svårt att förutspå hur mycket av medietraditioner som gått i arv till kommande generationer. Utmaningen för dagspressen i detta scenario är att vara flexibel och kunna vara modern inför varje ny generation.

#### *2.6.1.3 Scenario 3: Den oväntade tekniken*

En övertro på ny teknik har funnits länge och det är nästan omöjligt att förutspå ny tekniks användningsområden och sociala konsekvens. Det är av värde att hitta tekniker som enkelt kan integreras i vardagen och som helst inte kostar någonting. Dagstidningens relation till teknikutveckling har hittills handlat mest om produktion men distribution blir förmodligen nästa steg i utvecklingen. Ny teknik erbjuder möjligheter att sprida sitt innehåll på många fler sätt än tidigare och för publiken att ta del av innehållet genom en mängd olika tekniska apparater. Detta går emot dagspressens från början grundläggande funktion att en gång om dagen uppdatera om vad som hänt i närområdet. Teknisk utveckling leder till mer individualiserad mediekonsumtion vilket kan ses som en möjlighet för dagspressen. Om dagspressen ska behålla sin integrerade roll i människors vardagsvanor krävs att de behåller sin ställning på marknaden och anpassar sig till nya tekniker (Bergström et al., 2005).

### 3 Syfte/Frågeställning

Förr i tiden etablerades en relation till lokaltidningen redan från barnsben då papperstidningen var en del av vardagen i form av att den fanns i majoriteten av hem. Idag, när läsarsiffrorna för papperstidningar faller så är relationen till papperstidningen inte densamma som förr. Man har inte lyckats fånga upp unga läsare på nätet som man förlorat i läsandet på papper och de som haft störst svårigheter med denna företeelse är de lokala dagstidningarna (Carlsson & Facht, 2014).

Vårt övergripande syfte är att undersöka sex unga vuxna som studerar vid Linnéuniversitetet i Kalmars attityd till de dagstidningar de känner störst samhörighet till vare sig det är där de nuvarande bor eller där de är uppvuxna. Vi väljer unga vuxna i åldern 20-30 år då vi i tidigare forskning kan se att papperstidningarna har tappat läsare i denna åldersgrupp (Carlsson & Facht, 2014). Efter att vi fördjupat oss i teorier kan vi se att det finns väldigt mycket statistik kring hur man läser, men mindre forskning om varför man läser tidningen på vissa plattformar. Därför valde vi att avgränsa vår uppsats till att undersöka hur unga vuxna tänker om just detta och vad de tänker om papperstidningar och digitala nyheter. Vi kommer att undersöka våra respondenters medievanor. Detta för att skapa en större förståelse för hur denna unga målgrupp ser på nyhetsläsning i ett nytt medielandskap. Vi anser att denna studie är av intresse för oss som medieforskare men också för de tidningar som idag står inför fallande läsarsiffror som är ett resultat av de ungas förändrade medievanor, som kommit ur digitaliseringen som i förlängningen kan påverka demokratin i form av de nya informations- och digitala klyftorna som uppstår.

För att kunna undersöka detta syfte och förstå de ungas attityd gentemot dagspress på nätet kommer vi att utgå ifrån ett par frågeställningar som ska hjälpa oss att förstå denna. Vi valde dessa frågeställningar då vi ville få en förståelse för hur unga studenter vid Linnéuniversitetet tänker kring nyhetskonsumtion. Vi tycker det är av intresse att undersöka varför de väljer att läsa nyheter digitalt och hur de ser på tidningars framtid.

Varför väljer unga studenter vid Linnéuniversitetet i Kalmar att läsa dagspress digitalt i stället för tryckt?

- Vilken betydelse har livssituationen för nyhetskonsumtionen?
- Hur tror de att dagspressen kommer utvecklas?



## 4 Metod och forskningsetik

### 4.1 Förförståelse

Då vi läst om de hot papperstidningen står inför under en lång tid och läser programmet Media Management har vi stor förförståelse om ämnet vi undersöker. Förförståelse är sådant vi lärt oss sedan födseln, som kompletterar våra sinnen och är av betydelse för vår uppfattning om olika företeelser, oftast sker detta omedvetet. Förförståelsen är av stor vikt, då allt vi upplever byggs upp av förförståelse (Thurén, 2007).

I och med att vi läst om de fallande läsarsiffrorna och den, så kallade tidningsdöden under nästan tre år har vi en stor förförståelse kring ämnet. Däremot kunde vi efter att vi fördjupat oss i teorier se ett glapp mellan tidigare forskning rörande vad man läser, och hur/varför man läser som man gör. Detta gjorde att vi ibland i våra teorier var tvungna att lämna mediediskursen och istället titta på beteenden och attityder, något som ligger långt ifrån vår förförståelse men som i slutändan gjorde att vi kunde få en bättre helhetsbild.

### 4.2 Ansats

Efter många diskussioner och funderingar om vilket område vi vill undersöka valde vi att utgå ifrån en deduktiv ansats som är den mest vedertagna. Inom deduktion är slutsatsen giltig när den är logiskt sammanhängande, den behöver dock inte alltid stämma överens med verkligheten (Thurén, 2007). Att vi utgår ifrån en deduktiv ansats innebär att vi jobbar utifrån teorier som vi sedan falsifierar eller bekräftar med hjälp av vår insamlade empiri (Bryman & Bell, 2003). Vi valde att utgå ifrån det vi redan vet om detta område genom tidigare forskning, för att sedan fördjupa oss i det genom vår empiri. Vi har alltså utifrån våra utvalda teorier operationaliserat vår intervjuguide för att samla in ett passande empiriskt material. Det är viktigt med operationalisering eftersom det är genom detta man får rätt material så man i sitt resultat kan besvara sin frågeställning. Ofta finns det inslag av den andra metoden i både induktiv och deduktiv ansats (Bryman & Bell, 2003), något vi kan märka då vi utgår från en deduktiv ansats men får revidera vår teoridel och fylla på med mer litteratur efter att vi samlat in vår empiri, vi pendlar alltså mellan empiri och teori för att kunna fylla på med den teori vi behöver för att kunna analysera vår empiri.

### 4.3 Undersökningsmetod

Kvalitativa metoder, till skillnad från kvantitativa innebär att man kan fokusera på små indikatorer som kan tillskrivas en stor betydelse och vara viktiga för hur insamlingen kommer att te sig. Man studerar i kvalitativa metoder ett fåtal viktiga händelser och går istället för i kvantitativa in mer på djupet (Thurén, 2007). Vi valde att arbeta utifrån en kvalitativ undersökningsmetod då vi ville förstå hur unga vuxna tänker och tycker om att läsa dagspress i tryckt respektive digital form. Detta anser vi är intressantare att göra i en kvalitativ studie, då man kan gå in på djupet på ett helt annat sätt än i en kvantitativ studie. I en kvantitativ studie hade vi kunna kartlägga fenomenet men inte förstå det på djupet, något vi vill för att kunna uppfylla vårt syfte och besvara vår frågeställning.

#### 4.3.1.1 Hermeneutik

Vi utgår ifrån ett hermeneutiskt synsätt som är ett utpräglat humanistiskt tillvägagångssätt som betyder tolkningslära. Inom detta synsätt har man mer förståelse

för relativistiska tankegångar än i positivismen där man vill ha resultat som tydligt går att falsifiera eller verifiera. Inom hermeneutiken handlar det ofta om att man ska förstå människor, deras handlingar och resultatet av människors handlingar vilket uppenbart blir osäkrare än de resultat man får inom positivismen. Studier med ett hermeneutiskt synsätt är sällan eller aldrig intersubjektivt testbara då de influeras av tolkarens värderingar, förståelse och kontexten (Thurén, 2007).

#### 4.4 Datainsamling - Primärkällor

Vår empiri har vi samlat in genom intervjuer med unga vuxna som studerar vid Linnéuniversitetet. Detta har vi valt då statistik visar att denna målgrupp kan vara en förlorad publik för tryckt dagspress (Carlsson & Facht, 2014). Varför de väljer att ta del av nyheter på vissa plattformar finns det idag inte mycket litteratur om så informationen vi samlar in genom intervjuer med dessa personer är värdefull för vår studie.

#### 4.5 Operationalisering

Innebär att man utifrån sina teorier hittar indikatorer för vad det är man ska undersöka, detta för att empirin man insamlar ska vara tillräcklig och undersöka rätt saker så att man med hjälp av empiri kombinerat med sin teori ska kunna få fram ett svar på de frågeställningar man är ute efter att besvara. Det är alltså av stor vikt att operationaliseringen är noggrant gjord då den påverkar resultatet i hög grad. Eftersom man kan operationalisera samma teoretiska begrepp på många olika sätt och det inte finns något specifikt sätt att mäta på blir ofta indikatorerna man utgår ifrån ett föremål för kritik (Esaïasson, 2011). Detta har lett till att vi i vårt uppsatsarbete valde att tematisera upp våra teorier på ett tydligt sätt med rubrikerna Mediekonsumtion, Attityder, Kultur & Identitet samt Framtid. Detta gjorde vi i ett tidigt skede, för att så långt som möjligt undgå ett glapp mellan undersökningens syfte och det som vi faktiskt undersökt. Vi arbetade därför utifrån dessa teman när vi tog fram vår intervjuguide så att vi tydligt kunde se att vi skulle ställa rätt frågor för att få in den empirin vi behövde för att kunna besvara våra frågeställningar. Vi började intervjuguiden med frågor om bakgrundsinformation, för att få en bild av vem personen är samt att vi i litteratur har sett att faktorer såsom levnadssituation (Sternvik, 2007), utbildning och stabilitet i boendesituationen (Bergström et al., 2005) har betydelse för mediekonsumtionen, något vi gärna vill undersöka. På temat Mediekonsumtion ställde vi frågor kring respondenternas vardagliga mediekonsumtion, för att få en överblick av vilka medier de valde och vart de hittar nyheter. Detta då vi sett att unga vuxna hellre läser nyheter digitalt än tryckt (Carlsson & Facht, 2014). I temat Attityder fokuserade vi på att undersöka vad våra respondenter har för föreställningar om de nyhetskällor de använder och vilka förväntningar de har på innehållet, då vi läst att det har betydelse för upplevelsen (Sternvik, 2007). Vi formulerade sedan frågor för att ta reda på om respondenterna själva har reflekterat över om deras nyhetskonsumention kan kopplas till deras identitet och kultur, detta fann vi intressant då man i Mediesverige (Appelgren et al., 2014) refererar till Giddens och Bauman som menar att individer inte längre har en given identitet i samhällen utan måste skapa en egen, genom att utföra mediala val. Avslutningsvis kom vi in på ett ämne vi tycker är väldigt intressant, nämligen framtiden. Det är ett spännande ämne då många framtidsprognoser för dagspressen har gjorts, bland annat gällande tröghet, generationer och teknik (Bergström et al., 2005) Vi frågade våra respondenter frågor om hur de ser på dagspressens framtid, något vi har diskuterat mycket kring tidigare.

Eftersom vi genomfört vår undersökning utifrån en deduktiv ansats utgår vår studie ifrån teoridelen (Backman, 2008). När vi operationaliserade vår intervjuguide efter våra teorier hittade vi ett antal teman. Vi valde ut fyra teman vi vill utgå ifrån; Mediekonsumenten, digitalt vs. tryckt, kultur & identitet och framtiden. När vi sedan transkriberade våra intervjuer fann vi samband och kunde strukturera upp detta material efter samma teman. I Forskningshandboken (1998) beskrivs det att detta är det rätta tillvägagångssättet för en kvalitativ analysmetod. I analysen satte vi sedan empiri mot teori för att finna samband och kunna göra en tolkning av varje tema (Denscombe, 1998).

## 4.6 Intervjuer

För att vi ska få en djupare förståelse i varför unga vuxna väljer att ta del av nyheter på vissa plattformar och deras uppfattning om att läsa tidningar i tryckt respektive digital form genomförde vi semistrukturerade intervjuer med en majoritet av öppna frågor. Detta gör att respondenten får chans att prata mer och vi som intervjuare får möjlighet till följdfrågor och diskussion (Häger, 2007).

Vi intervjuade sex personer mellan 20-30 år som idag är bosatta och studerar i Kalmar, men är uppvuxna i andra delar av landet. Samtliga bor ensamma i studentlägenheter eller i en liten lägenhet. Första dagen av intervjuer träffade vi först Jens, 27 år, som är född i Sundsvall och studerar nu Master i Miljövetenskap i Kalmar. Han är singel och har bott i Kalmar i nästan fyra år. Samma dag träffade vi Maja, 22 år som är uppvuxen i Älmhult och studerar sitt andra år av Journalistik. Maja är singel. Dagen därpå träffade vi Carlos, 27 år gammal. Han är född och uppvuxen i Luleå och studerar nu sitt tredje år till sjökaptan. Även Carlos är singel. Iris är 22 år, men ska fylla 23 i år. Hon är uppvuxen i Visby men har bott i Kalmar i två år nu. Hon studerar beteendevetenskap, sexologi andra året med ska nu börja med att plocka ihop andra kurser hon vill läsa. Hon bor i en etta och har en pojkvän. Börje är 21 år gammal, studerar andra året på Media Management, han är född och uppvuxen i Göteborg men bor just nu i Kalmar i en studentlägenhet. Agneta är 22 år gammal och hon är uppvuxen i Staffanstorp i Skåne, hon bor just nu i en större etta i Kalmar. Hon studerar andra året på Ekonomiprogrammet. Våra kriterier för intervjupersoner var att de skulle vara mellan 20-30 år, komma från olika delar av Sverige, men i dagsläget studerar och bor i Kalmar. Vi valde att kontakta personer som uppfyller dessa krav, som vi har en ytlig kontakt med sedan tidigare, men inte känner väl. Att vi valde människor vi mött innan beror på att vi ville på förhand veta att de inte är blyga och kan uttrycka sig obehindrat.

Vi valde att ha ett fysiskt möte för att göra intervjuerna. Intervjuerna genomförde vi i hemmiljö för att skapa en känsla av trygghet, då det kan påverka respondenternas svar (Häger, 2007). För att få en avslappnad stämning bjöd vi på lite fikabröd och dryck, varje intervju tog ca 45 minuter. Vi började med att prata om bakgrundsfakta, som en uppvärmning till resten av intervjun, då vill ville att respondenterna skulle släppa eventuell nervositet innan vi kom in på mer djupgående frågor. Vi valde att genomföra semistrukturerade intervjuer vilket innebär att vi har tydligt planerade frågor samtidigt som vi skapar tillfällen för följdfrågor och diskussion. Vi var noggranna med att majoriteten av våra frågor skulle vara öppna, då slutna frågor enbart besvaras med ett ja eller nej. Vi ville att respondenten skulle berätta mer än att endast bekräfta påståenden, som ofta sker i slutna frågor (Häger, 2007). Vi valde att ställa öppna semistrukturerade frågor för att vi ville höra vad respondenterna tycker och tänker

samtidigt som vi ville vara öppna till att hitta nya parametrar vi kunde ha missat när vi formulerade frågorna. Att vi jobbat med en semistrukturerad intervju har gett oss möjligheten att gå djupare på delar som under intervjun visar sig vara intressanta, något som är av vikt för kvalitativa studier. I och med att vi i vår empiriinsamling var ute efter ett djupgående innehåll så passade öppna frågor vårt syfte bäst. Denna typ av frågor är bra när man är ute efter ett kvalitativt fördjupande innehåll i och med att svaren blir mer detaljrika och frågorna gör att respondenterna kan besvara dem på ett mer personligt sätt. Det finns självfallet nackdelar med att använda sig av öppna frågor, exempelvis ställer de större krav på respondenterna och deras förmåga att vara elokventa (Deacon, Golding, Murdock & Pickering, 2007) Detta har vi dock betraktat i vårt urval där vi valt respondenter som vi är medvetna kan svara på våra frågor på ett utförligt sätt.

#### 4.7 Urval

Vi avgränsade oss till unga vuxna i åldrarna 20-30 år, då vi i statistiken kunde se att det är just en yngre läsargrupp som papperstidningen förlorar (Carlsson, 2011). Denna åldergrupp kan vi även se ha en god kunskap och en referenspunkt som syftar till både den digitala sfären såväl som den tryckta tidningen, detta på grund av vår förförståelse där vi ligger i samma målgrupp som de tillfrågade ser vi att de kan belysa och diskutera båda sidor av företeelsen.

Vi har avgränsat oss geografiskt och därför valt att intervjua personer som bor och studerar i Kalmar vid Linnéuniversitet, även om detta kanske inte är allmängiltigt för företeelsen i stort så valde vi ett spatialt närliggande område för att underlätta empiriinsamlingen, då vi i detta arbete har begränsad ekonomi och tid.

Vi har i vår uppsats utgått från ett strategiskt urval där vi på förhand varit medvetna om att vi vill undersöka en målgrupp som alla bor i Kalmar, studerar och är mellan 20 och 30 år gamla. Vi vill ha en bredd på vad de studerar och var de är uppvuxna och på så sätt kan vi fylla de urvalsgrupper vi vill undersöka, däribland finner vi parametrar som vi funnit kan ha betydelse för unga vuxnas mediekonsumtion utifrån tidigare forskning. Vi kontaktade därför människor som passade in i denna urvalsgrupp, men som vi inte känner då vi tror att det hade kunnat påverka svaren. Det önskvärda i efterhand hade varit att fylla en grupp med lika många som läser dagspress i digitalt respektive tryckt form, dessa egenskaper var dock sådana som vi på förhand hade svårt att undersöka, däribland av anledningen att vi inte ville offentliggöra för mycket information om studien innan intervjutillfället så att respondenterna inte hade möjligheten att läsa sig in på ämnet då vi inte ville att svaren skulle påverkas och vara på förhand pålästa.

#### 4.8 Forskningsetik

Vi läste om Vetenskapsrådets forskningsetiska principer (2011) innan vi genomförde våra intervjuer för att vara medvetna om att vi följer de fyra grundläggande punkterna. När det gäller Infomationskravet tog vi oss några minuter innan varje intervju och berättade vad vi studerade, hur deras uppgifter kommer att användas samt att de kan avbryta när de vill. Efter att arbetet publiceras offentligt har vi lovat att skicka länken till de deltagande, så de kan ta del av vårt färdiga arbete. Vi tog kontakt med de personer vi ville intervjua och frågade om de ville ställa upp i intervjun. Alltså fick vi samtycke till deltagandet redan när vi bokade in intervjun, vilket uppfyller samtyckeskravet. Vi valde i vår rapport att inte presentera våra respondenter vid deras riktiga namn då det inte var betydelse för studien. Vi kallar dem vid förnamn vi själva har hittat på för att uppfylla konfidentialitetskravet. Däremot har vi uppgett ålder, kön,

program, vilken stad de bor i och födelseort, där av att denna information används i vår analys, men vi tror inte att detta kan identifiera våra respondenter. Vi har inte samlat in någon känslig information av deltagarna, då det inte har varit av intresse för studiens syfte. Det insamlade materialet kommer inte användas till någonting annat än denna studie, alltså uppnår vi även det fjärde kravet som är nyttjandekravet.

#### 4.9 Metod- och källkritik

Gällande kunskap är det viktigt att kunna förklara hur man kommit fram till någonting och att en undersökning går att genomföra igen. För att någonting ska vara testat intersubjektivt krävs att det finns regler för att avgöra vad som är sannolikt samt att dessa är tydligt redovisade så att alla kan se hur man har gått till väga. Någon annan ska alltså kunna göra om undersökningen och ska då uppnå samma resultat. Resultatet får inte påverkas av vetenskapsmannens personligheter eller åsikter (Thurén, 2007). Intersubjektiv testbarhet är någonting vi inte uppnår i vår studie vilket vi är medvetna om, detta beror på att utgår ifrån ett hermeneutiskt synsätt samt att vi har gjort ett fåtal kvalitativa djupgående intervjuer och svaren beror helt på vem man intervjuar och vem som intervjuar, alltså skulle man förmodligen inte uppnå samma resultat om man gör om studien, även att vi presenterar vår metod och tillvägagångssätt tydligt. Att vi genomförde semistrukturerade intervjuer innebär att vi ställt olika följdfrågor beroende på vad respondenten svarat, vilket försämrar den intersubjektiva testbarheten.

För att uppnå intersubjektiv testbarhet hade det varit bättre att genomföra en kvantitativ studie, med representativt urval. Detta ser vi hade varit en intressant metod då det vore spännande att kunna se hur unga vuxnas attityder och tankar kring digitala respektive tryckta tidningar ser ut överlag. Men på grund av begränsad tid för denna studie valde vi att istället göra intervjuer och fokusera på att göra det djupgående snarare än brett. Vi kan nu inte generalisera eller dra några slutsatser om hur det ser ut allmänt för unga vuxna, vilket kan vara negativt, men det är en bra idé för framtida forskning. Vi vägde fördelar och nackdelar mot varandra ifall vi skulle göra en kvalitativ eller kvantitativ undersökning och kom fram till att djupgående information var viktigare då vi till vår forskningsfråga vill ta reda på hur unga vuxna känner och tänker på ett djupgående sätt, vilket kan vara svårt genom en kvantitativ studie. Då vi utgår ifrån en kvalitativ metod har vi valt att använda oss av ett personligt språk, detta kan medföra att våra personliga åsikter färgar uppsatsen (Denscombe, 1998). Vi har dock försökt vara konsekventa i hur vi skriver genom hela uppsatsen, så att den känns sammanhängande.

Vårt urval hade kunnat se annorlunda ut, då kvalitativa studier ter sig bäst om respondenterna är så olika varandra som möjligt (Deacon et al., 2007). Vi försökte på förhand maximera olikheterna bland respondenterna genom att välja personer från olika delar av Sverige, som är av olika kön och studerar varierade program. Nu hade vi sex ganska homogena intervjuer, som gav liknande svar, vilket inte är det optimala. Detta är inget vi kunde förutspå innan genomförandet av intervjuerna, vi visste att de ingick i samma åldersgrupp, etniska grupp, att de alla var studenter och bor i Kalmar, men vi hade ingen förkunskap i deras medievanor eller hur de ser på våra frågeställningar. Det vi hade kunnat göra för att få en bredd i svaren är att komplettera vår empiri med fler intervjuer tills vi hade samlat in data av större variation.

Reliabilitet innebär att studien är korrekt gjord och i detta fall innebär det att vi har ställt rätt frågor, frågat rätt personer och tolkat informationen rätt (Thurén, 2007). Eftersom vi

utgår ifrån ett hermeneutiskt synsätt kan tolkningarna variera, vi förstår att det är svårt att uppnå reliabilitet men vi har försökt genom att utarbeta frågorna väl utefter det vi vill undersöka samt att vi har formulerat väldigt tydliga frågor så att vi får svar som går att tolka. Däremot kunde vi ha frågat fler personer, för att få fler perspektiv och mer empiri att utgå ifrån. Att vi har operationaliserat väl och tagit fram en intervjuguide som ska hjälpa oss att få svar på det vi söker anser vi innebär att vi har god validitet. Vi har alltså undersökt det vi skulle undersöka (Thurén, 2007). Vi har försökt ta tillvara på, och höja reliabiliteten genom att ha fysiska intervjuer med våra respondenter, som Denscombe (1998) beskriver kan dock detta leda till att vi som intervjuare påverkar respondenternas svar. Men vi är av uppfattningen att det är av större vikt att ha fysiska intervjuer med våra respondenter så att vi kan uppfatta hur respondenten känner sig under intervjuens lopp på ett mer utförligt sätt, för att kunna dra nytta av detta och ställa så passande följdfrågor som möjligt. Vi anser att vi höjer validiteten genom att vi har alla intervjuer inspelade och därför har bevis på att vi undersökt det vi skulle undersöka.

Esaiasson et al. (2012) menar att det mest effektiva sättet att kontakta sina respondenter är på förhand och för att undvika intervjuareffekten är genom att göra detta via mail. Vi valde dock att smsa våra respondenter med kort information om vilket ämne intervjustudien skulle handla om och förtydliga att de inte behövde läsa sig in på ämnet. Vi betonade även att det inte fanns några rätta eller felaktiga svar och att vi var intresserade av erfarenheter och tankar. Att stämningen skulle vara så avslappnad och god som möjligt var en viktig fråga för oss, något som ledde till att vi utförde intervjuerna i hemmamiljö, för att undvika onödiga ljud utifrån samtidigt som vi bjöd på fika. Esaiasson et al. (2012) skriver att en bekväm miljö kan göra så att intervjuareffekten förminskas, och i bästa fall inte uppkommer över huvud taget.

Vi har förståelse för att semistrukturerade intervjuer kan innebära att reliabiliteten och validiteten påverkas, då intervjuerna inte är lika planerade som vid en strukturerad intervju. Vi har valt att genomföra semistrukturerade intervjuer ändå, då vi anser att det i denna studie är av intresse att få ställa följdfrågor och gå in lite djupare på ämnet. Hade vi valt en strukturerad intervju hade vi inte fått lika mycket empirisk data att analysera.

Eftersom denna studie utgår ifrån teorin har vi varit noggranna med att all litteratur vi arbetat med är framtagen av forskare inom mediekommunikation och att all statistik vi utgått ifrån är aktuell. De böcker vi använt oss av som är lite äldre, har vi endast använt för att förklara begrepp osv. som inte har blivit gamla. Eftersom att mediebranschen utvecklas så snabbt kan det vara svårt att veta vad som är aktuellt och vilken litteratur som hunnit bli gammal, därför har vi valt att utgå ifrån många källor för att kunna jämföra och se att det är relevant information. Det svåraste med vår teoridel har varit att inte låta den bli för bred, utan att välja ut de teorier som faktiskt är av användning i denna studie, då det finns så otroligt mycket litteratur och vi tycker att så många områden är intressanta.

Vi har i vårt metodkapitel använt oss utav en källa som egentligen är till för företagsekonomiska forskningsmetoder detta med anledning av att vi i denna bok kunde hitta väldigt utförlig information rörande vår deduktiva ansats, något som det var knapert av i många av metodböckerna vi letade i som rörde kvalitativa metoder. Vi har även en elektronisk källa som vi själva har ifrågasatt trovärdigheten kring. Denna är futureexploration.net. När vi har undersökt vilka som ligger bakom hemsidan och

organisationer de samarbetar med kom vi fram till att vi kan använda oss av denna vid ett tillfälle i vår studie.

Vi har valt att göra ett geografiskt urval, vilket egentligen inte har med våra teorier att göra. Vi valde detta på grund av vår förförståelse om att lokaltidningar kan vara varierade i kvalitet och ville se om detta påverkade våra respondenters svar. Vi är medvetna om att det geografiska urvalet är bristfälligt då vi inte representerat alla delar av Sverige. Vi borde ha haft en respondent från varje landskap, för att representera hela Sverige. Detta har vi dock inte kunnat genomföra då det finns 25 landskap i Sverige och på grund av begränsad tid, var det en svår uppgift. Vi vill påpeka att vår studie inte har som syfte att representera verkligheten och att det är ett väldigt begränsat urval i den här studien.

## 5 Empiri

*Våra respondenter härstammar från olika delar av Sverige och är mellan 20 och 30. De bor idag i Kalmar för att studera och respondenterna skiljer sig mellan vad de i nuläget studerar. Jens är väldigt intresserad av nyhetskonsumtion och tycker att det är kul att leta upp nyheter på olika ställen. Han läser nyheter på nationella och internationella sidor samt tar del av och delar artiklar på sociala medier. Maja är aktiv på flest sociala medier, hon läser journalistik och hon har en prenumeration på en lokaltidning i Kalmar, hon läser även nyheter digitalt. Carlos läser enbart kvällspress och känner inget behov av att läsa nyheter någon annanstans, tidigare hade han en stark relation till lokalpress. Iris har inget större intresse för nyheter, men när hon läser är det sensationsnyheter som fångar hennes uppmärksamhet. Börje har stor förståelse för det nya medielandskapet men tar enbart del av nyheter via nätet, även att han kan se en mysfaktor i papperstidningen. Agneta får nyheter genom Radio, TV och appar, men önskar att hon hade läst andra tidningar än den hon läser.*

### 5.1 Mediekonsumtion

Vi kan utifrån våra intervjuer se att intresset för att läsa den lokala dagstidningen här i Kalmar är begränsat och när vi frågade vilka dagstidningar de läser svarade Carlos *"Inga lokaltidningar, inte här i Kalmar i varje fall. Men hemma i Luleå brukade jag läsa lokaltidningarna"*. Även Jens intresse är begränsat och när han berättade vad han tycker om lokala nyheter sa han *"Jag vet inte, jag tror jag är mer fokuserad på det som händer globalt framför lokalt. Jag är väldigt dålig på vad som händer runt om i Kalmar, nyhetsmässigt alltså"*. Här kan vi se att den som har den mest lokala anknytningen till Småland, då hon är född i Växjö och uppvuxen i Älmhult är den enda som regelbundet läser lokaltidningen, då hon har en prenumeration på Barometern i tryckt form. De andra som är från andra delar i Sverige uppger i intervjuerna att de läser den lokala dagstidningen när de kommer hem till städerna där de är uppvuxna. Respondenterna berättar även att deras föräldrar alltid har haft en prenumeration på den respektive lokaltidningen så länge de kommer ihåg. I dagsläget kan vi se att läsandet av lokaltidningar är lågt. Vi kan se hur respondenterna uttrycker sitt val av nyhetskanal där Aftonbladet verkar vara en populär källa. Dom uttrycker sitt val på lite på olika sätt *"Ja, tyvärr. Läser bara Aftonbladetappen idag oftast"* Börje, *"Då är det bara Aftonbladet i så fall"* Agneta, *"På nätet läser jag aftonbladet och expressen mest"* Carlos.

Vi diskuterade med våra respondenter, som alla har syskon, om deras syskon på något sätt har haft betydelse för deras medievanor. Den enda som hade märkt att vanorna förändrats är Jens som berättar att han använder sig av Facebook mindre sedan hans småsyskon skaffat Facebook. Carlos nämner att hans syster är journalist och han läser mycket av det hon har skrivit, vilket är i en tidning han tidigare inte läste lika omfattande. Däremot upplever respondenterna att det är en skillnad i hur de och deras syskons medievanor ser ut. Maja och Agnetas småsyskon är väldigt engagerade i sina intresseområden som är dataspel och sport, Maja säger *"Han är väldigt inaktiv när det gäller allt, han spelar spel men har inget intresse av att titta Facebook eller Instagram eller något, han bryr sig inte och han läser inga nyheter heller vad jag vet"*. I övrigt har vi märkt att de yngre syskonen verkar vara mindre intresserade av nyheter men i kontrast använder de sig ännu mer av sociala medier. *"Min lillasyster är ju ständigt online på Facebook och Instagram, hon uppdaterar varje dag någonting"* berättar



Carlos, *"Han läser nog bara Aftonbladet någon gång ibland, han kollar nog inte på nyheterna på TV heller"* säger Jens om sin lillebror.

Vi kan se att respondenterna tar del av nyheter digitalt, Maja tar dock även del av nyheter via tryckt tidning varje dag. Om vi bortser från henne så kan vi i våra respondenters svar se att de till störst del tar del av nyheter via Aftonbladets applikation. *"Det handlar inte om att det är Aftonbladet, utan det handlar om att det är lättillgängligt"* förklarar Börje som även säger *"hade det varit Svenska Dagbladet eller Göteborgsposten så hade det varit av samma anledning"*. Flera av våra respondenter menar på att det egentligen inte handlar om nyhetens geografiska natur gällande var de väljer att läsa, utan mer hur nyheten är utformad. Både Jens och Carlos har Aftonbladet som utgångspunkt, men Jens berättar att han hittar nyheter även på andra plattformar *"Jag har typ Huffington post heter det som jag både prenumererar på, på Facebook och kollar på internet och Al Jazeera också för internationella nyheter, som oftast inte är bra på de svenska sidorna tycker inte jag"*. Carlos däremot är nöjd med Aftonbladets rapportering av nationella och internationella nyheter och kompletterar istället med lokala nyheter från hans hemort. Börje berättar att Aftonbladet kan vara en inkörsport till att han börjar googla på företeelsen för att hitta djupare information, och som han säger så kan detta leda till att han hamnar på väldigt olika nyhetssidor. Agneta däremot säger att hon aldrig skulle söka upp nyheter själv, utan hon föredrar att få det färdigpaketerat genom TV- eller radio.

När på dygnet man tar del av nyheter kan vi se skiljer sig mellan respondenterna. Jens berättar att det är kontinuerligt under hela dagen, att det blir som en kort paus i plugget. Han berättar även att han gör andra saker när han tar del av nyheterna på TV:n, exempelvis så äter han eller viker tvätt. Iris säger att hon tar del av nyheter på förmiddagen och att det kan hända att hon tar del av TV-serier samtidigt som hon tittar på nyheterna. Carlos ser nyheter på TV samtidigt som han äter frukost och så läser han Aftonbladet när han kommer hem från universitetet. Maja menar på att hon konsumerar mest nyheter mellan tio och elva på förmiddagen och att hon på kvällen istället hellre vill ta del av nöjesmässigt innehåll. Hon uttrycker även att det är en skillnad på vad man gör samtidigt när man konsumerar nyheter beroende på vilket medie det är man brukar, hon exemplifierar detta genom att säga att hon äter eller är på väg mellan någonstans när hon lyssnar på radio. Börje har nyhetskonsumtion som en tydlig morgonritual, han ligger kvar i sängen och bläddrar bland nyheter medan han halvsover eller lyssnar på musik. Agneta tar del av sina nyheter på kvällen, och gör hon det genom TV:n, så gör hon ofta andra saker samtidigt. Som hon uttrycker det så kan man inte göra en sak åt gången. Det framgick av våra intervjuar med Carlos, Maja och Börje att det är viktigt med uppdaterade nyheter kontinuerligt under dagen. Börje menar *"Nu har man ju blivit så att man är väldigt krävande om att det ska vara aktuellt hela tiden, det är ju det som är grejen med alla de digitala plattformarna. Man kan ju inte ha en nyhet som är tre timmar gammal, den börjar ju bli gammal enligt våra mått och det är ju det som är fördelen med dessa apparerna också"*. På frågan om det är viktigt med kontinuerligt uppdaterade nyheter svarade Maja *"Ja, det skulle jag vilja säga"*. Carlos säger att *"Ja, det är klart att det är viktigt, nu kanske det uppdateras varje timma i vissa nyhetskanaler, det kanske är lite extremt, men i alla fall att de uppdateras på morgonen och kvällen kanske"*. Jens, Agneta och Iris menar däremot att det inte är så viktigt att nyheterna uppdateras kontinuerligt då de ändå bara tar del av nyheter ett fåtal gånger om dagen. När vi frågade Jens om hur viktigt det är med kontinuerligt uppdaterade nyheter svarade han *"Inte så mycket att de uppdateras under dagen, för jag byter ju oftast och*

*jag scrollar ganska snabbt och kollar på det som intresserar mig och sen kollar jag dagen efter ungefär*". Iris berättar att det inte är viktigt för henne då hon tycker om att lämna mobilen hemma.

Av våra respondenter är det bara Maja som har en prenumeration, tidningen hon prenumererar på är Barometern i tryckt form, detta då hon fått denna som julklapp av sin mamma. Hon läser även Metro via deras app, resterande anser hon vara dåligt upplagda och med bristfälligt innehåll. Övriga respondenter tar del av tidningsinnehåll gratis på nätet och i appar. Jens berättar att han hellre tar del av nyheter från SR eller SVT än exempelvis Aftonbladet eller DN, då han upplever att de är lite mer i mitten och inte vinklar innehållet på samma sätt som andra. Som vi tidigare skrivit läser Börje nyheter i Aftonbladets app och Carlos Aftonbladet och Expressen på nätet. Även Iris och Agneta läser dagligen Aftonbladet.

På frågan vilka gratistidningar som respondenterna läser svarade Jens, Carlos, Börje och Agneta att de läser Metro när det finns tillgängligt. Maja är den som oftast läser Metro då hon läser Metro dagligen genom deras app vilket även Börje uttrycker att han gör nuförtiden istället för att läsa den i pappersform. Maja och Agneta nämner båda i sina intervjuer att de även läser Metro Student Magazine som man kan finna i universitetens lokaler. Både Carlos och Börje läste tidigare Metro på bussen och Carlos säger *"Metro läste jag förut, när jag gick på gymnasiet och åkte mycket buss"*, Börje berättar om en liknande situation *"Detta var hemma innan, då jag åkte buss överallt. Då hade de ju ett sånt Mertoställ precis vid bussen, så det bara slank med ett ex eller två"*. I intervjuerna fick vi även uppdagat att studenterna får en lokal gratistidning hemskickad i brevlådan vid namn Kalmarposten. *"Jo, vad heter den, Kalmarposten. Den brukar jag bläddra igenom om jag är uttråkad, men den är egentligen inget jag gillar. Dom har inte så mycket vettigt i den alls"* säger Iris. Carlos säger *"Det händer väl att man läser dom som kommer på brevlådan ibland, den här lokala Kalmarposten, det kan man läsa ibland men ofta kastar jag den direkt faktiskt"*. Även Maja nämner att hon får den, men att hon inte läser den.

Samtliga respondenter är uppvuxna med lokal dagspress, då deras föräldrar har haft prenumerationer. Jens och Iris säger att den bläddrade de genom på morgonen när de bodde hemma, men Iris läser inga lokala nyheter idag. Jens som egentligen är mer intresserad av internationella nyheter går in och kollar lokala nyheter från hans hemort någon dag i veckan. Carlos berättar att de lokaltidningarna han är uppvuxen med har bra hemsidor och att han brukade läsa dessa regelbundet tills det att de började ta betalt för innehållet på hemsidorna. Som tidigare nämnt är Maja den enda som läser lokala nyheter från Kalmar, trots att de alla bor här idag. Maja berättar även om ett speciellt tillfälle där hon minns att hon konsumerat mycket nöjesmässigt innehåll, när Kalla tog guld *"Även om jag inte intresserar mig av sån här i vanliga fall. Man gör ju sånt. Då gick jag och köpte en Aftonbladet, vilket jag aldrig gör i vanliga fall. Typ sånt som är en sensationsgrej. Det kan man bli helt såld på och vilja läsa allt"*.

Jens berättar att hans läsmönster har förändrats sedan han bodde hemma hos sina föräldrar, dels för att han har blivit äldre men också för att hans omvärldsintresse har blivit större och mer profilerat. Anges berättar att när hon inte läser en tidning måste hon själv gå in och söka på det som intresserar henne. Carlos upplever att han idag läser lite mer allsidiga nyheter men när han bodde hemma läste han enbart sporten. Maja tror

att hennes läsande har förändrats till följd av hennes studier och hon upplever att tidigare skummade hon mer nyheterna och idag läser hon mer hela artiklar. Börje säger att hans läsande har förändrats, tidigare läste han nyheterna vid frukostbordet, idag går han in då och då på hemsidan för att ta del av nyheterna. Agneta menar att hennes läsvanor har förändrats till följd av att hon läser nyheter digitalt, när hon bodde hemma och hade tillgång till en tryckt tidning läste hon mer, men nu när hon tar del av nyheter i en app eller via hemsida måste hon själv välja vad hon ska klicka in på, vilket leder till

Vi frågade huruvida respondenterna tror att deras läsmönster och medievanor hade förändrats om de flyttade ihop med någon och på vilket sätt de tror att de hade gjort det. Jens tror att hans medievanor hade förändrats på det sätt att han kanske inte hade haft radion på lika mycket. Iris menar på att hennes nyhetskonsumtion hade kunnat utökas ifall sambon läser betydligt mer nyheter än henne, hon betvivlar däremot att hon hade investerat i en prenumeration, då det känns onödigt enligt henne när internet finns. Carlos tror att hans beteende hade kunnat ändras om hans respektive hade velat ha en prenumeration, då hade han kunnat skaffa det. Han påpekar att det är lite mysigt att läsa tidningen på papper, nackdelen är dock, som han uttrycker det priset. Maja tror inte att hennes läsmönster hade förändrats av en partner, eventuellt att hon inte hade lagt ner lika mycket tid på att läsa tidningen om hon hade bott med en partner. Börje berättar att han absolut hade kunnat tänka sig att skaffa en prenumeration om den andra vill läsa tidningen. Han menar på att det är mycket lättare att läsa om någon annan också gör det. Då kan man läsa tillsammans på morgonen säger han. Han betonar även mysighetsfaktorn som inte finns när man läser nyheterna i en app. Agneta berättar att det hade varit beroende av hur den andras nyhetskonsumtion och intressen ser ut, men hon säger att hon i framtiden är intresserad av en prenumeration, men om intresset inte finns med den andra parten så kanske det inte hade varit aktuellt.

## 5.2 Attityder

När vi pratar med våra respondenter om de tycker bäst om att läsa dagspress i tryckt form eller digitalt svarar några att man tycker att det är mysigt att ha en tryckt tidning ibland. *"Jag tycker att det är betydligt mysigare att sitta och läsa en dagstidning än att läsa på internet"* Carlos. Som vi nämnde ovan tycker även Börje att det är mysigare med en papperstidning än en app *"Det är ändå mysigt faktiskt, det ska man inte sticka under stolen med. Det är mycket trevligare att sitta och bläddra än att sitta med en app"*. Iris och Maja tycker att det är bekvämare att läsa i tryckt form, det är lättare att läsa och skönare för ögonen. Iris säger att hon tycker att det känns mer verkligt med tryckta nyheter men att hon i dagsläget inte skulle lägga pengar på nyheter vare sig i tryckt eller digital form, hon ser en fördel i att de digitala går att hitta gratis. Börje tycker även han att det är trevligt med en tryckt tidning men att han ändå väljer att läsa digitalt. Han vill att det ska gå snabbt att få tag i nyheter och att de ska vara så aktuella som möjligt. Jens tycker att digitala tidningar har stor fördel i att man kan läsa det när som helst och vart man vill genom exempelvis smartphones. Maja tror att tidningarna kan förlora läsare om deras hemsidor och appar inte har bra användbarhet och hon själv använder endast Metros app, just för att den är snygg och lättanvänd. Agneta tycker att det är skönt att i en tryckt tidning få nyheterna paketerade till sig, så hon slipper välja ut vilka nyheter hon ska klicka sig in på och läsa.

Jens tycker att största skillnaden i innehållet digitala och i tryckta tidningar är att det är nyare information på nätet. Carlos har märkt att det är svårt att hitta små nyheter och

notiser digitalt, sådant som han säger egentligen inte är så viktiga. Börje tycker att omfånget av nyheter är mindre i den digitala upplagan, det är mer stora rubriker men mindre innehåll upplever han och säger att han går igenom nyheterna mycket snabbare digitalt vilket kan vara dåligt då man ibland egentligen vill veta mer än det man faktiskt läser. Men på frågan om han hade valt tryckt tidning framför digital i och med hans ovan nämnda uttalande om mysighetsfaktorn svarar han ändå *"Nej det hade jag ju inte gjort, jag säger att det är trevligare, men jag hade inte gjort det. Det går för långsamt och det är inte lika aktuellt"*. Maja tycker att det digitalt är kortare och effektivare nyheter än i tryckta tidningar. Hon tror att det beror på att man försöker anpassa nyheten efter plattformen.

Ingen av våra respondenter betalar i dagsläget för digitala nyheter, varför man inte gör det förklara de på lite olika sätt *"Ja, jo men det hade jag nog kunnat göra. Jag har funderat ibland på att göra det"* Jens, *"Om jag inte hade fått tillgång till det gratis hade jag kanske kunnat tänka mig det"* Carlos, *"Nej, det tror jag inte. För man får nog det utläckt ändå på interner"* Iris, *"För att jag lever på CSN, men jag har inte råd, eller jo det kanske jag har, men det handlar om att prioritera. Jag hade betalat utan problem om det inte fanns så mycket gratis tillands, då hade jag inte haft problem med att betala, men nu finns det ju det och då tar man det man har även om man borde vilja betala"* Börje, *"Nej, det gör jag inte, för att jag känner att jag kan få det mesta eller ja, det vet jag ju inte. Det jag kan konsumera gratis, det gör jag"* Agneta.

Carlos och Börje berättar att de inte köper tidningen för att de i dagsläget lever på CSN och därför prioriterar bort att betala för nyheter, men att han kan tänka sig att betala för nyheter i framtiden när han har lön. Iris menar att om man har intresset att läsa nyheter så har man råd, men hon själv har inte så stort intresse för just nyheter och därför inte vill betala för det. Både Börje och Agneta nämner att de inte vill betala för nyheter just för att det finns så mycket gratis att tillgå digitalt. Maja säger att hon kan tänka sig att betala för en e-prenumeration om hon inte hade haft prenumeration på Barometern i tryckt form. Hon tycker att det borde finnas studentpriser på e-prenumerationer.

### 5.3 Kultur & Identitet

Respondenterna berättade i intervjuerna vad som låg bakom deras val av tidning och medier. Jens menade på att hans val av medie, där han använder sig av SR och SVT är rotat i att han gillar djupgående analyser och objektiv rapportering som han anser att han får i dessa. Iris menade på att hennes val att läsa Aftonbladet är gjort med grund i att hon gillar hur journalisterna uttrycker sig i artiklarna. Hon menar även på att det är av vikt att artiklarna ska fånga hennes intresse och vara fängslande, något som hon även här anser att Aftonbladet erbjuder. Carlos säger att de tidningarna han läser är sådana som alltid har varit med honom. Han har aldrig känt ett behov av att gå in på DN eller de andra, som han säger. Han läser Aftonbladet och Expressen i nuläget, och anser att dessa är lättlästa, något som han anser att DN inte är, då han är av uppfattningen att denna riktar sig mer mot ledare och politik, något som han inte är intresserad av. Maja anser att hennes val av tidning, där hon valt Barometern som hon tidigare nämnt prenumererar på är baserat i att det finns ett begränsat utbud av dagstidningar i Kalmar, där hon just nu bor. Det andra alternativet var Östran, och hon har enligt ryktesvägar fått höra att det inte går bra för dem, och då vill hon inte prenumerera på denna. Hon säger även att Barometern håller hög kvalitet gällande layout och innehåll, två parametrar som är viktiga för henne. Börje säger att anledningen till att han läser Aftonbladet i app är för att de har den bästa appen. Han menar på att detta val inte har något med hans

identitet att göra. Agneta uttrycker en önskan om att hon egentligen hade velat att hon hade läst en annan tidning än Aftonbladet, att hon önskar att det hade varit DN eller någon annan med högre anseende, som hon uttrycker det. Men, hennes syster tipsade om Aftonbladets app och då laddade hon ner den och efter det så har hon känt sig nöjd, och inte laddat ner någon mer.

Utifrån respondenternas svar kan vi se att det skiljer sig ibland dem om de upplever att människor i deras närhet läser samma dags- och lokaltidningar som dem. Jens har fått uppfattningen av att människor i hans närhet inte använder sig av SVT lika mycket som honom, Iris tror inte att det finns någon likhet medan Carlos menar på att hemma så delar alla samma tidning, och hans pappa har alltid läst Aftonbladet, något som även han gör. Vad folk läser i Kalmar har han aldrig reflekterat över. Maja, som läser journalistik ser en likhet mellan vad hon och folk i hennes klass läser, där alla läser Barometern om de läser någon tidning. Hon har dock inte reflekterat över huruvida de läser samma nyhetsappar, men sen så nämner hon att alla har Twitter. Börje tror att folk i hans närhet från Göteborg läser GöteborgsPosten, men att ingen läser Aftonbladet. I kompiskretsen i Kalmar säger han att alla läser Aftonbladet. Han betonar att alla är medvetna om att det är skräpjournalistik, men att det inte påverkar deras val. Agneta säger att de flesta läser Aftonbladet, men att man i hennes vänskapskrets brukar prata om att man överlag är dåliga på att läsa nyheter.

Jens berättar att han tycker att vissa tidningar känns finare än andra och som exempel ger han DN:s kultursida, som han anser har en viss status. Iris är inne på samma spår där hon menar på att de mer kända tidningarna har högre status. Hon berättar att även om hon läser Aftonbladet så vet hon inte riktigt om hon tror på allt som står, hon betonar dock att detta kan vara skönt för då måste hon inte ta allt på så stort allvar. Hon tycker att lokaltidningar har hög status, då hon anser att de skriver mer sanningsenliga artiklar. Carlos tycker att Aftonbladet, som han läser, har låg status och han kan tycka att det finns en del tvivelaktiga artiklar. Maja menar på att DN och SvD har hög status och att Metro är på väg upp på skalan enligt henne. P4 och Sveriges Radio är också kanaler hon känner stort förtroende för. De som hon anser ha låg status är kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen. Det som avgör hur hon resonerar är kvaliteten på innehållet, rubrikstorleken, nyhetsvärderingen och layouten. Hon menar på att det är viktigt vad man får för intryck av att titta på tidningens framsida, vilka nyheter de väljer att sätta på framsidan. Börje menar på att Aftonbladets status har förändrats till det bättre sedan deras app fick genomslagskraft. I och med att de har lyckats i det som Börje väljer att kalla för slaget om det digitala utrymmet så har deras status höjts. Han menar på att det kan kännas som att Aftonbladet har monopol på appmarknaden, vilket de egentligen inte har enligt honom. Men att detta har lett till att statusen höjts. Agneta anser att Aftonbladet har en viss status, just på grund av att hon anser att det är så många som läser den. Hon betonar dock att hon är medveten om att det inte är den bästa källan.

Våra respondenter fick berätta om de kan koppla ett visst medium till en viss status och livsstil. Jens sa att han upplever att de som åker mycket bil lyssnar mycket på radio. Carlos, Maja och Börje tycker alla att Aftonbladet har en viss status. Carlos säger att *"Aftonbladet har en jävligt låg status egentligen. Det är många som trackar ner på den, för de skriver mycket strunt vilket jag också kan tycka, mycket skumma artiklar"* och att *"Aftonbladet känns lite mer som en arbetartidning och typ DN och Svenska dagbladet känns lite mer såhär lite chefstidning, lite högre inkomst på något sätt"*. Maja anser att Aftonbladet känns som medelklassvennson som alla kan ta del av och hon menar att det

är mer prestigé att läsa dagstidningar som DN och Svenska dagbladet, speciellt ekonomidelen. *”Man tänker lite på den politiska skalan. Man märker till exempel att Aftonbladet är en Socialdemokratisk tidning, det märker man när man läser, i alla fall jag”* berättar Börje som även berättar att det påverkar hans uppfattning om tidningen negativt då han betonar att han inte är socialdemokrat. Iris nämner att många hon känner inte skulle läsa Aftonbladet för att de inte tycker är något bra och hon upplever att man läser mer lokala nyheter om man har ett arbete där man måste ha koll på det som händer i området. Agneta tror att äldre kollar på SVT2 och en yngre publik hellre kollar på TV5 och Kanal3.

Våra intervjupersoner är alla aktiva på sociala medier och Jens berättar att han tar del av nyheter på Facebook. Där läser han om sådant som intresserar honom professionellt vilket är miljönyheter, han följer organisationer och företag och gillar nyhetssidor. Han delar själv gärna artiklar på Facebook och det gör han när någonting är extra kul, viktigt eller hemskt. Maja är den som är mest aktiv på sociala medier av våra respondenter och hon använder Facebook, Twitter och Pinterest dagligen. Däremot delar hon inte så mycket artiklar, men hon retweetar intressanta saker ibland. Börje säger att han aldrig delar artiklar, mer än att han och hans vänner kan länka intressanta saker till varandra i chatten på Facebook. Annars är intresset ganska litet att ta del av och att dela nyheter på sociala medier. Däremot upplever samtliga att de har många vänner som delar artiklar på sociala medier. *”Ja, det tycker jag. Det är mycket politik skulle jag säga”* svarar Iris när vi frågar om hennes vänner brukar dela artiklar på sociala medier. På samma fråga svarar Maja *”Artiklar som deras kompisar har skrivit, lokala nyheter dela många och så mycket politik. Krönikor delar många. Mycket FI i mitt flöde”*. Börje säger att det är mycket om Sverigedemokraterna och jämställdhetsfrågor och även mycket om Syrien, det sistnämnda är även ett ämne han själv läser mycket om.

## 5.4 Framtid

Jens beskriver att unga vuxna väljer att läsa nyheter digitalt för att det är on demand, man kan göra det när som helst och hur som helst. Han tror att en faktor till att man väljer bort papperstidningen är att man inte vill ha nyheter utvalda och paketerade, utan man vill ha möjligheten att välja de nyheter man är intresserad av själv. Även Iris förstår att unga vuxna väljer det digitala då hon upplever att det är lättillgängligt. Hon menar även att man kan gå in och klicka på de nyheter man blir intresserad av, men man behöver inte läsa allt. Carlos tror att unga vuxna väljer bort papperstidningen och väljer det digitala för att det är enkelt och tidseffektivt då man kan söka på det man vill läsa om. Att tillgängligheten är en fördel med det digitala tycker även Maja som tror att unga vuxna som är uppvuxna med internet och vana vid att allting ska vara tillgängligt direkt i mobilen eller på datorn, inte vill gå och hämta eller köpa en tidning. Hon anser att unga vuxna har en vana att använda dessa digitala verktyg som inte de äldre generationerna har. Börje är inne på samma spår, att det samhällets digitalisering och att unga vuxna spenderar sin tid på sociala och digitala plattformar. Han säger att tidningarna måste förstå att det är där tidningarna borde nå ut till läsare, de måste anpassa sig. Han berättar att det var väldigt länge sedan han såg en ung vuxen läsa en tryckt tidning exempelvis på bussen. Agneta däremot tror att det är en kostnadsfråga, det kostar pengar att köpa en tidning och att ha en prenumeration, men idag kan man få så mycket innehåll gratis genom nätet.

Vi frågade våra respondenter hur de ser på papperstidningens framtid. Jens tror att den kommer finnas kvar i samma form, kanske i mindre utsträckning men han tror inte att den kommer försvinna. Han tror att papperstidningen kommer finnas kvar eftersom vi fortfarande har radion kvar trots lanseringen av TV och papperstidningar finns också kvar trots iPhonens lansering. Han önskar att det kommer bli mindre rapporteringar om knatteligan i fotboll i de lokala tidningarna och mer rapportering om företag som startar upp och vad som händer i lokala företag. Iris tycker att det är skönt med en papperstidning, så man inte känner sig övervakad varje stund. Maja tror att behovet av en papperstidning kommer att finnas kvar. Agneta hoppas verkligen att tidningen kommer finnas kvar i tryckt form då hon själv vill läsa en papperstidning i framtiden. Hon tror att många tidningar kommer att försvinna men att vissa lever kvar. Carlos tror att papperstidningen kommer försvinna i sinom tid och säger att han kommer sakna den lilla mysfaktorn med en dagstidning vid köksbordet. Carlos menar att det är idag är den äldre generationen som vill ha kvar den medan en yngre generation är uppvuxen med det digitala, vilket innebär att behovet inom en tid kommer att försvinna. Han tror att människor kommer sluta köpa tidningen i pappersformat. Carlos kan trots att han tycker det är mysigt med en papperstidning se en fördel med att den försvinner, detta ur ett miljöperspektiv. Börje tror att det kommer ta tid innan tidningen försvinner helt, i alla fall om man ser globalt, den kanske kan vara borta i Sverige om 20 år. Han tror att det digitala fortfarande är så nytt att man tar det i den tryckta tidningen mer seriöst, för att vanan att läsa papperstidning är så djupt rotad i oss. Han tror att de små tidningarna kommer försvinna först, på grund av dålig lönsamhet och att de stora tidningarna kommer vara uppdelade i län eller kommuner när lokaltidningarna försvinner. Börje tror att tidningarna kommer försvinna successivt för varje generation som går. Han berättar om sin pappa som ett exempel, han skulle aldrig läsa tidningen digitalt medan Börje inte alls har lika stark relation till den tryckta tidningen.

Som nämnt i stycket ovan önskar Jens en utveckling av innehållet i de lokala dagstidningarna där han gärna läser mer om vad som händer i de lokala företagen och mindre om knatteligan och helgmarknader. Carlos tycker att de lokaltidningar han har läst är bra som de är idag, han tycker de är bra uppbyggda och han tror att han kommer betala för dem i framtiden. Iris önskar att de skulle ha bättre digital upplaga med ett spritt innehåll, men hon säger att hon ändå inte hade läst allt. Även Agneta vill ha ett blandat med lokala nyheter, inrikes, utrikes samt nöjesnyheter. Maja tycker att lokaltidningarna kan likna de som finns idag men ser gärna en mer kompakt tidning som är mindre och tunnare. Hon vill även se ett bättre material till ett lägre pris.

Hur respondenterna tror att deras medievanor ser ut om 20 år kan vi se skiljer sig ganska så brett. Jens, Iris och Agneta önskar att de har ett större intresse av nyheter överlag i framtiden. Jens blir under vår intervju mer intresserad av att läsa lokala nyheter, han tror även att man kommer att läsa nyheter på ett mer personligt plan där man, som han uttrycker det, inte får samma bredd i innehåll som man får idag. När han berättar om sin nyhetskonsumtion i framtiden säger han *”Nej, nu baserar jag detta på hur äldre vuxna, kanske med barn läser; nyheter på vägen till jobbet, kanske tidningen snabbt på lunchen och sen nyheter på kvällen. Man har inte samma frihet som man har nu att göra saker när som helst under dygnet”*. Iris tror att TV:n kommer ta upp mer av hennes tid om 20 år och hon tror att det finns en chans att hon skaffar sig en tidningsprenumeration då hon menar att om hon skaffar barn i framtiden vill hon att de ska ha information lättillgänglig så att de skaffar sig ett intresse. Carlos tror att han fortfarande kommer att vara uppkopplad, men att det säkerligen kommer att finnas

andra sociala medier han kommer att använda sig av. Majas fokus vänder sig till de tekniska plattformarna där hon funderar över huruvida vår generation kommer att vilja ha en papperstidning, hon menar slutligen på att hon tror att de istället kommer att använda sig av plattor. Börje är mer ambivalent i sina spekulationer, han tror att tekniken kommer att förändras men han tror att han personligen kommer att läsa mer seriöst när han har slutat studera och är ute i arbetslivet, han tror dock att tidningen kommer att vara digital. Iris hoppas att hon i framtiden inte spenderar lika mycket tid vid Facebook som hon gör idag, hon vill hellre ägna sig åt någonting mer seriöst som hon uttrycker det. Maja tror att hon kommer använda sig mest av dator eller läsplatta i framtiden. Börje tror att det kommer finnas många nya apparater men att det förmodligen är datorn eller telefonen som kommer uppta mest tid för honom i framtiden. TV:n kommer förmodligen uppta mycket tid även i framtiden gissar Agneta på.



## 6 Analys

*Ungdomar tros vara den generation som är konstant uppkopplad och majoriteten av ungdomar i västvärlden har haft tillgång till internet sedan de var barn. Häftnen av alla internetanvändande ungdomar uppger även att de är online minst en gång per dag (Mazzarella, 2007). Vi såg en koppling till detta fenomen när vi pratade med våra respondenter då de i intervjuerna uppgav att de har tillgång till internet i dator, skolan samt i deras smartphones när de är utanför hemmet. När vi samtalande med dem kunde vi få en förståelse för hur stor del av deras vardag som de är uppkopplade.*

### 6.1 Mediekonsumtion

Wilberg (2012) säger i sin studie att gratistidningar och sökmotorer är största hotet för dagstidningar. Detta påstående kan vi se kopplingar till i våra respondents svar, tydligaste beviset på att detta kan stämma ser vi i Majas uttalanden om att Metroappen är den enda nyhetsappen somi dagsläget använder, däremot kan vi även se ett bevis emot denna teori då denna respondent är den enda som samtidigt prenumererar på en dagstidning i tryckt form. Våra respondenter läser gärna gratistidningar i tryckt form, när de finns tillgängliga, men det har ingen betydelse för deras vagliga nyhetskonsumtion då de inte har tillgång till en gratistidning dagligen. Som vi beskrev i empiridelen berättade både Carlos och Börje att de läste Metro när de bodde hemma och åkte buss. Våra respondenter, som inte har en dagstidningsprenumeration uttalar sig om att de hellre läser tidningen på nätet. Vi kan se att flera av våra respondenter enbart tar del av nyheter via Aftonbladet, främst i app och på nätet. Utifrån uttalanden i våra intervjuer ser vi att Börje aktivt väljer att inte läsa Aftonbladet i tryckt form, samtidigt som det är den enda nyhetskällan han använder sig av dagligen i applikationsform. Att man väljer att läsa på nätet eller genom appar beror på att det är lättillgängligt, vilket vi ser bevis på i Lulls (2000) publikation där han beskriver att nya informationsteknologier är användarvänliga och flexibla både för utvecklare och användare. Man kan ta del av dem var och när som helst och man kan få mycket innehåll gratis. Börje förklarar att det inte är just Aftonbladet han är ute efter när han tar del av nyhetsinnehåll i appen, utan att det mer handlar om tillgängligheten och användbarheten, vilket stämmer överens med Lulls (2000) påståenden. Då våra respondenter är studenter väljer flera bort att skaffa en prenumeration då de hellre lägger dessa pengar på annat och känner att det är en onödig kostnad. Ett bra exempel på detta är Carlos som säger att han inte vill betala för att det finns tillräckligt mycket tillgängligt kostnadsfritt idag. Iris säger att hon inte vill betala för nyheter då hon hellre läser det hon kan ta del av gratis.

Innehållet i papperstidningar har anpassats till ett tabloidformat i takt med att formatet krympt. Detta ger nyheterna mindre utrymme vilket leder till att det är viktigare att nyheterna som presenteras är sensationer med lockande rubriker och kan ha effekt på den journalistiska kvaliteten (Sternvik, 2007). Nyhetsvärderingen blir högre och vi kan se att det påverkar exempelvis Maja som berättar om när Kalla tog guld *”Även om jag inte inträtter mig av sänthär i vanliga fall. Man gör ju sånt. Då gick jag och köpte en Aftonbladet, vilket jag aldrig gör i vanliga fall. Typ sånt som är en sensationsgrej. Det kan man bli helt såld på och vilja läsa allt”*. För att nyheterna ska få högre nyhetsvärde går det mer åt nöjesnyheter (Sternvik, 2007) och våra respondenter läser nöjesnyheter blandat med riktiga nyheter, då allt presenteras tillsammans exempelvis i Aftonbladets app. I och med att det kommer fler valmöjligheter sjunker nyhetskonsumtionen. Detta är enligt teorier inte bra för dagstidningars marknad (Wadbring, 2014). Agneta berättade

att hon läser mer nyheter i en tryckt tidning, men tycker det är svårt att på nätet välja ut vilka nyheter som är viktiga och som hon vill klicka sig in på. Hon tycker det är bättre när hon får nyheterna paketerade.

Just Aftonbladet och andra kvällstidningar är de som har anpassat sig bäst och det går bra för dem med deras webbupplagor och appar skriver Wadbring (2014). Detta är något vi märkt i intervjuvaren då bland annat Börje svarade att han läser Aftonbladet just för att de har en så väl fungerande app och skulle andra tidningar vara lika bra hade han lika gärna kunnat läsa en annan tidning. Morgontidningarna har inte anpassat sig på samma sätt till det nya medielandskapet vilket har lett till att de förlorar unga vuxna läsare (Wadbring, 2014), vilket vi märker i våra svar då man väljer att läsa de tidningar med bäst nätupplaga och appar. Maja väljer att ta del av nyheter genom Metros app för hon tycker deras användarvänlighet är bäst och Börje läser som tidigare nämnt Aftonbladets app, just för att den är bra utformad. Dagstidningar och speciellt morgontidningar har en viss syn på hur man ska göra saker och fortsätter göra på samma sätt som tidigare har lett till att deras nätupplagor är väldigt lika den tryckta tidningen (Wadbring, 2014). Detta har några av våra respondenter märkt då de uttrycker att det inte är stor skillnad i den digitala och tryckta versionen. Carlos nämner att små nyheter och notiser inte alltid kommer med i den digitala upplagan, men att det inte är något han saknar ändå.

Vi kan i våra respondenters svar se att teorierna (Appelgren, Leckner & Mejtoff, 2014) rörande att nyhetskonsumtion sjunker i takt med att valmöjligheterna på mediemarknaden ökar stämmer överens med vissa respondenters uttalanden. Vi kan främst se detta i våra respondenters svar där de berättar om sina småsyskons konsumtion av medier, där vi ser att Agnetas lillebror till exempel enbart läser nyheter om sport, och att Majas yngre bror inte tar del av nyheter över huvud taget utan spenderar istället sin tid på att spela datorspel. Resterande respondenter uttrycker att deras syskon inte alls är intresserade av nyheter utan istället vänder sin uppmärksamhet till sociala medier. Som vi presenterade i empiridelen sade exempelvis Carlos att hans lillasyster är väldigt aktiv på sociala medier och uppdaterar dem minst en gång per dag.

När ungdomar väljer att konsumera medier skiljer det sig bland våra respondenter, exempelvis Maja och Börje har nyhetskonsumtion som en tydlig morgonrutin medans till exempel Jens tittar lite då och då under dagen. Vi kan se en koppling mellan dem som har en tydlig rutin i sitt dagstidningsläsande som en vaneanvändare, detta innebär att de har speciella tider eller rutiner för sin medieanvändning (Bergström et al., 2005). Här kan vi se att Maja är ett tydligt exempel på en vaneanvändare då hon i intervjun berättar att hon varje morgon läser Barometern som hon prenumererar på. Även Börje är en vaneanvändare då han har nyhetskonsumtion som en tydlig morgonrutin innan han ens gått upp ur sängen. Den andra typen av konsument är skumläsare (Bergström et al., 2005), där vi kan se Jens som i sin intervju uttrycker att han skummar igenom rubriker och artiklar lite då och då varje dag. Även Iris som inte har så stort intresse för nyheter är en skumläsare då hon inte skapat några vanor för nyhetskonsumtion.

Företeelsen med att ungdomar idag använder sig av medier samtidigt som de gör något annat är något som påverkats av den tekniska utvecklingen (Livingstone, 2002). Detta är något vi sett i våra intervjuer. Främst handlar det om i svaren att man utför något annat samtidigt som man brukar sig av de traditionella medierna. Jens berättar att han kan ha TV:n på när han äter eller viker tvätt. Ett liknande mönster ser vi i Iris svar där hon berättar att hon kan titta på TV-serier när hon tar del av nyheter. Samma gäller Agneta, däremot använder hon sig av TV:n som bakgrundsljud samtidigt som hon gör annat om kvällarna. Carlos äter gärna frukost samtidigt som han ser på nyheterna på TV. Maja menar i kontrast att det beror på vilket medie man konsumerar, exempelvis att hon lyssnar på radio och gör andra saker samtidigt. Vi ser att Livingstone (2002) har rätt i att mediekonsumtion ibland är en sekundär aktivitet. Vi kan se att flera av våra respondenter konsumerar mat i samband med nyhetskonsumtion, vilket vi anser är intressant. Vi kan dock inte dra några slutsatser kring detta, men kommer i kapitel 8 Framtida forskning rekommendera att studera vidare kring detta.

Teorier visar tendenser till att yngre människor tycker att internet är viktigare och att en äldre generation tycker att papperstidningen är viktigare, man anser alltså att det man nyttjar är viktigast (Sternvik, 2007). Våra respondenter är alla mellan 20-30 år och är alla uppvuxna med en tryckt dagstidning i hemmet. Ändå tar de främst del av nyheter digitalt, detta för att digitala medier är en så stor del i deras vardag att det kommer naturligt. Maja förklarar att unga vuxna är uppvuxna med det digitala och har byggt upp en vana kring de digitala verktygen, något som inte en äldre generation har och hon säger *”Om vi tittar på min egen generation, så har vi växt upp med internet och då lär man sig och får med sig det verktyget och lär sig handskas med det på ett sätt än våra föräldrar gör”*. Som Börje berättar skulle hans pappa aldrig kunna läsa tidningen digitalt, då han har så starka band till den tryckta tidningen. Vi får genom våra intervjuer en förståelse för att våra respondenter hellre tar del av digitala nyheter, något vi ser beror på dels tillgängligheten och användbarheten.

Vi kan se att våra respondenter i fas med Olssons (2013) uttalanden om att lokala nyheter får minskad konkurrenskraft med sin lokalitet stämmer samman med våra respondenters levnadssituation, vilket även stämmer samman med Elliots (1997) teori om att boendeförhållandet påverkar tidningsläsandet. Vi kan här se att våra respondenter har en kortvarig boendesituation och uttrycker att de inte läser den lokala dagspressen i Kalmar då de inte har en långvarig relation till den. Den enda som läser den lokala dagspressen är Maja, som även är den respondent som har mest lokal anknytning. Vi kan analysera att en viss informationsklyfta kan finnas mellan Maja och de andra respondenterna just för att Maja varje dag läser Barometern och får av denna anledning löpande med information rörande vad som händer i Kalmar med omnejd. Däremot kan vi här inte se en koppling till den socioekonomiska status som Tichenor, Donahue och Olien (1970) beskriver kopplat till våra respondenters svar då dessa är av i dagsläget en socioekonomiskt homogen status så de har liknande boendeförhållanden och inkomst i form av CSN.

Valet av dagstidning grundar sig ofta i familjetraditioner och vanor och man kan därför finna en förklaring till en individs medieanvändning i personens livscykel eller i dennes generationstillhörighet (Bergström et al., 2005). Våra respondenter är som tidigare nämnt uppvuxna med en dagstidning i hemmet och vi märker att de gärna läser denna tidning när de kommer hem till sina föräldrar. Carlos säger att när han är hemma i Luleå

brukar läsa lokaltidningarna där och Börje säger ”*Läser bara Aftonbladet idag oftast. Förutom när jag är hemma, då läser jag GP också*”. Detta kan vi tolka som att de fortfarande har någon form av relation till tidningen de är uppvuxna med och att detta har gått i arv från deras föräldrar. Vi ser att våra respondenter har ett begränsat intresse för lokala nyheter. Detta ser vi bekräftar att Westlund (2004) har kommit fram till en liknande slutsats som oss, då han menar att en yngre målgrupp inte är intresserad av lokaltidningar i dagsläget, men kan tänka sig en prenumeration i framtiden.

Våra respondenter har märkt en skillnad i sin tidningskonsumtion sedan de flyttade hemifrån då det var mer lättillgängligt med exempelvis papperstidning under den tiden i deras liv. Efter att de flyttade från den tryckta tidningen så har de fått ett större ansvar att själva leta upp och konsumera de nyheter som är av intresse. Carlos berättar att han idag läser mer allsidiga nyheter medan han läste ett snävare innehåll, i form av sportdelen när han bodde hemma. ”.../När jag var yngre hade man ett omvärldsintresse, men det var inte lika profilerat som nu. Det har blivit större sen jag blev äldre” säger Jens under intervjun. I teorierna (Bergström et al., 2005) kan vi se att boendesituationen kan ha en inverkan på medievanor, så vi frågade huruvida våra respondenter tror att deras medievanor hade förändrats om de flyttade ihop med någon. Både Carlos och Börje uttalade sig om att de båda ser en möjlighet att skaffa en tidningsprenumeration om de flyttar ihop med någon då de ser en mysighetsfaktor med en papperstidning. Iris tror att hennes intresse för nyheter kan påverkas positivt om hon flyttar ihop med en partner som har ett större intresse, hon betvivlar dock att hon hade skaffat sig en tidningsprenumeration då hon anser att hon kan ta del av detta innehåll på internet ändå. Enligt Bergström et al., (2005) så kan olika medier användas under olika tider under dygnet eller livet då de fyller olika funktioner. De menar även på att tidningsläsandet kan påverkas av utbildning och stabilitet i boendesituationen, att unga vuxna som är uppvuxna med en morgontidning inte skaffar sig en prenumeration när de börjar studera då detta medför en onödig kostnad och på grund av att boendesituationen är kortsiktig. Vi kan se att dessa teorier till stor del stämmer in på våra respondenter, i och med att de är just i denna levnadssituation då de har ett kortsiktigt boende och begränsad budget. De beskriver i intervjuerna att de kan tänka sig en prenumeration när de har en stabil inkomst och ett mer stabilt boende. Även Sternvik (2007) bekräftar denna teori då han säger att medievanor är just vanor, tills en förändring i levnadssituationen sker. Elliott (1997) menar på att medieinnehållet vi tar del av påverkas av ålder, klass och utbildning, hon betonar även att detta speciellt gäller dagspress.

## 6.2 Attityder

I litteratur ser vi att det är en stor risk att en ung publik kommer överge den tryckta tidningen för att det digitala är snabbare och mer interaktivt (Fenton, 2010). När vi genomförde våra intervjuer insåg vi att det är stor risk att unga vuxna överger den tryckta tidningen. Flera av våra respondenter tycker bättre om att läsa tidningen i tryckt form men man väljer bort den för att det digitala är mer aktuellt, flexibelt och man kan få så mycket helt gratis. ”*Fördelen med det digitala är att man kan komma åt det gratis*” säger Iris. Börje ser på situationen på ett liknande sätt och förklarar att han hade kunnat betala för nyheter om det inte hade funnits så mycket gratis. Den faktorn att de alla är studenter och lever på en begränsad budget är också en avgörande faktor att de inte väljer att betala för nyheter och därför läser det de kan få tillgång till kostnadsfritt. Detta är något vi kan koppla till litteraturen där Bergström et al., (2005) säger att inkomst och ett stabilt boende har betydelse för mediekonsumtionen. Ingen av våra

respondenter betalar idag för digitala nyheter, vilket flera motiverar med att de kan hitta så mycket kostnadsfritt, att de inte känner något behov av att köpa mer innehåll. Carlos och Jens berättar att de kan tänka sig att betala för digitala nyheter och att de tidigare har funderat på det. Carlos säger att han med stor säkerhet kommer betala för digitala nyheter om fler läggs bakom en betalvägg så han inte kommer åt det han vill läsa. Maja säger att hon hade kunnat betala för en e-prenumeration om hon inte hade haft en prenumeration på Barometern i tryckt form. I litteratur kan vi läsa att anledningen att många slutar läsa morgontidningen beror på att man är tveksam till priset och sällan på innehållet (Weibull, 2014). Detta upplever inte vi stämmer överens med de svar vi får då alla våra respondenter tycker att priset på en dagstidning är helt ok, men att de själva väldigt sällan går och köper en tidning. Detta beror på att de alla lever på CSN och hellre lägger de pengarna på någonting annat.

Förväntningarna man har på ett visst medie spelar roll i hur man uppfattar det och använder sig av det. Detta i sin tur formar de attityder man har gentemot mediet eller företaget (Sternvik, 2007). Detta kan vi se då flera av våra respondenter enbart får sina nyheter via Aftonbladet även fast de nämner att det kanske inte är den mest trovärdiga källan, att det inte är särskilt bra journalistik och att det inte är ett kvalitativt innehåll. Börje beskriver Aftonbladets innehåll som ”*Crap Journalism*” och betonar även att ”/.../de flesta man snackar med vet att Aftonbladet är skräpjournalistik ändå/.../” men säger ändå att det är det enda valet på grund av deras välutvecklade app. Vi kan tolka att dessa negativa tankar om företaget leder till att de inte förväntar sig så mycket, vilket leder till att de inte blir missnöjda om de skulle uppleva just detta. Om en vana är djupt rotad så spelar inte attityderna lika stor roll (Sternvik, 2007), vilket vi kan se speciellt hos Carlos som är uppvuxen med lokala dagstidningar men där båda föräldrarna även läser Aftonbladet, även han upplever att Aftonbladet kanske inte är den bästa tidningen men trots det känner han inget behov av att ens gå in och titta på någon annan än Aftonbladet och Expressen.

Vi diskuterade med våra respondenter om de upplever en stor skillnad i tryckt och digital tidning, något Carlsson och Facht (2014) menar att det inte är. Vi kan se att våra respondenter till viss del är av samma åsikt då Carlos menar att det enda som saknas i digitala tidningar är små nyheter och notiser som egentligen inte är så viktiga. Men Maja och Börje upplever att det är kortare nyheter digitalt, de upplever större rubriker men mindre innehåll vilket kan vara ett resultat av att de har mindre yta att röra sig på. Maja beskriver digitala nyheter som kortare och mer effektiva. I det nya medielandskapet har läsaren en annan möjlighet att gå in och söka på de nyheter som intresserar individen, gentemot tidigare när tidningarna levererade ett paket av nyheter med bredd (Bergström et al., 2005). Detta kan innebära att tidningarna idag inte har samma roll som tidigare när de levererade en världsbild till sina läsare (Fenton, 2010). När ny teknik utvecklas fragmenteras våra medier vilket förändrar deras sammanhållande effekt i samhället. Detta bör tas på allvar då detta kan påverka vår demokrati och öka kunskapsklyftor (Hvitfelt & Nygren, 2008). Agneta berättar att hon tycker att det är skönare att få nyheterna paketerade till sig och upplever att det är svårt att själv välja ut och klicka sig in på de nyheter som är viktiga. Jens däremot tycker att det är kul att läsa de nyheter som intresserar honom och han har en tydlig bild av vad som intresserar honom och vad han vill läsa dvs. det som överensstämmer med hans världsbild. Han säger att det kanske är negativt att man inte läser samma bredd och missar vissa nyheter som man egentligen tycker är intressanta. Vi tolkar det som att just denna del av det nya medielandskapet passar vissa av våra respondenter bättre än andra. De respondenter som har ett tydligt intresse upplever vi tycker att det är kul att söka efter

nyheter medan de respondenter som inte har ett tydligt intresse för nyheter trivs bäst med att få nyheterna paketerade, som i en papperstidning. Vi ser att denna uppdelning kan påverka kunskapsklyftan där det kan bli en skillnad i kunskap mellan de som har ett intresse för att själva leta efter nyheter och de som saknar detta intresse.

### 6.3 Kultur & Identitet

Globalisering kan enligt Mazzarella (2007) ha en viss inverkan på ungdomars liv, attityder och tankesätt. Detta kan vi se bevis på i bland annat Jens svar där han uttrycker att han ofta läser nyheter med anknytning till andra länder, han exemplifierar dessa med Al Jazeera och Huffington Post och han berättar att Al Jazeera enligt honom är bättre på att rapportera om internationella nyheter. Här ser vi ett exempel på hur de nationella gränserna suddas ut och ger användare möjlighet att söka sig till information utanför landets gränser. Detta tolkar vi som att teorin stämmer och vi tror att globalisering har betydelse för våra mediala val till viss del. I och med att våra respondenter är uppkopplade till internet i dagsläget, så kan vi inte avgöra huruvida uppkopplade ungdomar känner ett utanförskap. Däremot så kan vi se att våra respondenter är aktiva på sociala medier, detta tolkar vi som att det finns någon form av behov av dessa medier. Carlos säger att ett av de medier han anser är allra viktigast är Facebook då han pratar med många han känner utomlands. Vi har fått en förståelse för att sociala medier tar upp mycket tid i vardagen för våra respondenter.

Giddens och Bauman (Appelgren et al., 2014) menar på att man inte längre, på grund av denna uppsjö av medier och kanaler har en given identitet i samhället utan att man måste skapa sig en sådan genom mediala val. Om vi ska tro på denna teori, så kan vi se att respondenterna har en bild av Aftonbladet som mindre trovärdigt då Carlos, Maja och Börje upplever tidningen vara av låg status, men trots detta läser de den. Ska man koppla denna teori till dessa uttalanden så kan man se att de trots detta känner en samhörighet till tidningen. Agneta uttrycker dock att hon gärna hade läst en annan tidning egentligen, men att det bara har blivit så. Detsamma kan man tolka ur Börjes svar att hans val av tidning, där han läser Aftonbladet inte har något med denna att göra egentligen utan med hur deras applikation är utformad. Vi tolkar att valet av medier kan spela en roll i identitetsskapandet, i vilken grad är dock svårt att avgöra. Men detta rekommenderar vi att undersöka i framtida forskning.

Bauman och Giddens (Appelgren et al., 2014) pratar om att nationella gränser har suddats ut något som vi kan koppla till Jens uttalande om vilka medier han brukar. Däremot är detta inte särskilt lätt att påvisa utefter respondenternas svar. När de nationella gränserna suddas ut och man gör mediala val efter intressen (Appelgren et al., 2014) kan vi se att respondenterna inte konsumerar medier på samma sätt som deras vänner, trots att de har mycket gemensamt. Maja ser en likhet mellan hennes och hennes klass som är mycket insatt i journalistik, och klassen konsumerar enligt henne mycket Twitter. Börje ser även han en likhet där han och hans vänner alla konsumerar Aftonbladet. Vi tolkar att deras vänners nyhetsval inte är en faktor som avgör vilka medier de väljer att läsa. Vi kan däremot se att våra respondenter till stor del upplever att folk i deras närhet delar med sig av artiklar på sociala medier. De ämnena som nämns rörande detta är; politik, träning och krönikor, något som några respondenterna berättar att de kan läsa. Jens tar del av mycket nyheter på Facebook, gärna då av innehåll som intresserar honom professionellt. Han är även den enda av våra respondenter som väljer att dela artiklar på Facebook, vilket han gör när något är enligt honom kul, viktigt eller hemskt. Maja är den av våra respondenter som är aktiv på flest

sociala medier, hon uppger att hon inte delar med sig av artiklar på Facebook, däremot berättar hon om att hon kan retweeta saker på Twitter som hon finner intressanta. Vi kan se att respondenterna inte upplever att de läser samma tidningar som människor i deras närhet, däremot kan vi ifrån uttalandena se att de gärna läser artiklar som människorna i deras närhet delar med sig av. Vi tolkar detta som att det ena påverkar det andra, att de kanske, trots att de inte är medvetna om det ändå läser samma artiklar som människor i deras närhet.

Unga är ofta de som börjar använda ny teknologi och man borde titta på deras beteenden när man utvecklar sina verksamheter inom mediebranschen. Detta fenomen gäller främst portabel och relativt billig teknologi som ofta faller unga i smaken (Livingstone, 2007). Vi märker när vi pratar med våra respondenter att de har tydliga vanor och mönster gällande medieanvändning och vi tycker att dagspress och framför allt lokal dagspress som anpassat sig sämst till det nya medielandskapet (Livingstone, 2007) borde studera unga vuxnas medievanor. Konsumtionsbeteendena utvecklas vid tidig ålder (Mazzarella, 2007) och därför tolkar vi att det är viktigt att studera vad de använder och vill ha, så att man kan fånga upp läsare vid tidig ålder och bygga en relation till dem. Unga människors vardag blir mer digital gränserna för tid rum och information suddas ut.

Som Elliot beskriver (1997) så har medierna en identitetsskapande roll hos ungdomar, något vi kan se att respondenterna reagerade på när vi i vår intervju frågade vad deras val av medie var baserat i. Tidigare hade respondenterna fått svara på vilka medier de anser har en hög, respektive låg status samt om de kan koppla något visst medium till en viss livsstil. Vi kunde i dessa svar se att Iris, Carlos, Börje och Agneta läser Aftonbladet regelbundet. Samtidigt ansåg Iris, Carlos, Maja att Aftonbladet har låg status. Maja säger att hon definitivt tycker att vissa tidningar kan kopplas till en viss status och berättar att hon har lågt förtroende för Aftonbladet och Expressen. När hon ger exempel på tidningar med hög status nämner hon DN och Svenska Dagbladet. Börje anser att Aftonbladet hade en negativ kvällstidningsaura som han förknippade med ett sämre innehåll medan han nu anser att de har höjt sin status genom sin app och han säger även att denna status inte bör förknippas med innehållet. ”Ja, men Aftonbladet måste ha en viss status då det är så många som läser den, men ska man vara källkritisk så är det väl kanske inte den bästa källan”. Hon uttryckte dessutom att hon hellre hade läst en annan mer seriös tidning, som hon i detta fallet exemplifierade med DN istället för Aftonbladet. Varför ungdomarna väljer att läsa denna tidning till trots att de anser att den har låg status blir en intressant fråga att begrunda med ovan nämnda teori i åtanke. Är det så att ungdomarna, trots att de anser att Aftonbladet har låg status och är en arbetartidning känner att de kan identifiera sig med den. Giddens, som Elliott (1997) refererar till menar även på att medierna kan bidra med vägledning, något som, om vi tittar på respondenternas svar så kan vi se att exempelvis Börje och Iris säger att även om de anser att Aftonbladet är av låg trovärdighet så menar de på att det är skönt att inte behöva läsa helt sanningsenlig information. Som Iris säger så anser hon att detta leder till att man inte behöver ta allt så seriöst. Kan denna vägledning genom detta försvinna då man inte tar informationen till sig på grund av liten trovärdighet? Samma tankebana är även Thompson (2001) inne på där han menar på att man idag kan ta till sig erfarenheten genom medier som ett komplement till de upplevda erfarenheterna. Men hur påverkas detta av att man inte känner förtroende för mediet man brukar, vilka erfarenheter tar man till sig då? Utifrån vår insamlade empiri tolkar vi det som att den

vägledning medier tidigare erbjöd kan försvinna i och med att trovärdigheten för vissa medier inte är så stor.

## 6.4 Framtid

Det har sedan slutet på 70- talet gjorts negativa prognoser om dagstidningarnas framtid och dessa negativa prognoser finns kvar än idag (Wilberg, 2012). Därför var det väldigt intressant att prata med våra respondenter och se hur de ser på dagspressens framtid. Wilberg (2012) har i sin undersökning visat att det största hotet ledare för svensk press känner är sökmotorer såsom Google samt gratistidningar. När vi pratar med Jens förstår vi hur sökmotorer kan vara ett stort hot då han förklarar för oss att det är för honom viktigt att hitta nyheter som intresserar just honom, han vill inte ha ett färdigt paket av nyheter som en tryckt tidning levererar, utan han vill läsa det som stämmer överens med hans världsbild. Han har väldigt starka intressen både privat och professionellt och därför är det för honom självklart vad som intresserar honom. Agneta däremot tycker att det är jobbigt att själv behöva avgöra vad som är viktigt och vad hon borde klicka sig in på och läsa, hon trivs bättre med en tryckt tidning. Vi ser därför att sökmotorer är ett hot, men förstår att detta är väldigt individuellt då vissa personer inte alls vill söka efter sina egna nyheter. Vi kan i våra intervjuer se att de vi har pratat med som har tydliga intressen och vet vilken typ av nyheter som intresserar dem tycker att det är kul att genom sökmotorer hitta information. Däremot de som inte har så tydliga intressen tycker att det är jobbigt att själva behöva söka upp nyheter. Gratistidningar ser Wilberg (2012) också som ett hot, men det kan vi genom denna studie inte hålla med om. Genom våra intervjuer har vi sett att våra respondenter är positivt inställda till gratistidningar och läser dem gärna när det finns, som tidigare nämnt läste Börje och Carlos Metro på bussen när de var yngre vilket de uppskattade. I dagsläget får alla respondenter hem gratistidningen Kalmarposten, en tidning de alla tycker är dålig och nästan aldrig läser. ”*Jo, vad heter den, Kalmarposten. Den brukar jag bläddra igenom om jag är uttråkad, men den är inget jag gillar. Dom har inte så mycket vettigt i den alls*” säger Iris. Således kan vi se att man gärna läser gratistidningar när de är tillgängliga, om det är en bra tidning. Eftersom de inte har tillgång till det dagligen ser vi inte gratistidningar som ett hot mot dagspressen utan snarare som ett komplement till deras dagliga läsning.

Enligt statistik, som vi tidigare nämnt är det tydligt att unga vuxna hellre läser nyheter digitalt än tryckt (Carlsson & Facht, 2014). Jens menar på att han tror att det handlar om att det digitala är en demand och att man kan göra det när som helst. Både Iris och Carlos ser att tillgängligheten är en fördel med digitala nyheter, de menar även på att det är enkelt och tidseffektivt. Carlos förklarar att man väljer digitala nyheter genom att säga ”*För att det är väldigt enkelt. Det går snabbt. Det är väldigt simpelt att sitta där med sin platta och bläddra mellan nyheter man slipper tidningsprasslet och att försöka hitta någonting, man kan söka i ett sökfält om det är något speciellt man vill läsa om. Det är väl just att det är tidseffektivt*”. Även Iris beskriver det som enkelt och lättillgängligt. Maja och Börje ser det ur ett större perspektiv där Börje nämner samhällets digitalisering och Maja pratar om att unga vuxna är upp vuxna med digitala verktyg vilket den äldre generationen inte är. Agneta däremot tror att den största faktorn att unga vuxna läser digitalt är att de kan hitta mycket information gratis på internet. När vi pratar med Börje säger han även att unga vuxna spenderar mycket tid vid sociala och digitala plattformar, därför menar han på att tidningsledare måste förstå att det är på dessa ställen man ska nå ut till sina läsare, de måste anpassa sig till ungas vanor. Detta är precis vad Livingstone (2002) säger då hon skriver att unga vuxna ofta är de som



ligger i framkant av användningen av ny teknologi och att man bör titta på deras beteenden när man undersöker hur man ska utveckla sina verksamheter i framtiden.

Vi kan se hur respondenterna i våra utförda intervjuer uttalar sig om hur de tror att dagspress, medier och konsumtionen av dessa kommer att förändras i framtiden.

Bergström et al. (2005) har tagit fram tre scenarier för hur de tror att dagstidningars framtid kan komma att se ut.

#### **6.4.1 Scenario 1: Tröghetens triumf**

Det första, tröghetens triumf, som kan sammanfattas med att det finns en tröghet i hur medievanor förändras, detta då bland annat dagstidningar är djupt rotade i våra sociala tillvaro och djupt integrerade i våra liv. Enligt detta scenario kommer inga större förändringar att ske förrän i slutet på 2020-talet. De menar även på att lokal dagspress måste försöka bevara det lokala innehållet till ett bra pris (Bergström et al., 2005). Om vi tittar på intervjuerna vi gjort så kan vi se att det inte finns ett intresse för lokal nyhetsrapportering bland respondenterna. Jens, till exempel tror inte att lokaltidningarna i framtiden kommer att finnas kvar medan han tror att tidningen överlag kan finnas. Så, om man tittar på tröghetens triumf utifrån hans uttalanden bör inte lokaltidningar försöka bevara lokaliteten, han berättade att han hellre hade sett att de stora dagstidningarna som DN finns kvar men att det i dem finns en del som riktar sig till ett mer lokalt innehåll. I tröghetens triumf tror man att dagspress har en stark social funktion (Bergström et al., 2005). Frågan man kan ställa sig utifrån våra intervjuer är huruvida sociala medier inte har tagit över denna sociala funktion, vi kan till exempel se att våra respondenter är aktiva på Facebook medans det bara är en som läser tryckt dagspress, resten väljer att läsa på exempelvis Aftonbladet eller bygga sitt eget flöde, som Maja och Jens beskriver det så prenumererar de på olika källor på Twitter respektive Facebook som gör att de får ett personligt flöde där istället, samtidigt som de får det genom att befinna sig i en social kontext. Maja beskriver att hon följer många nyhetskällor och journalister som skriver för olika tidningar på Twitter och hon menar på att man får ett nyhetsflöde där med. Så att tryckta dagstidningar hotas av nya medier kan vi se stämmer in på den målgrupp vi valt att titta på. De väljer bort dagstidningen ganska så obehindrat och väljer istället att läsa kvällstidningarna i appform och väljer även att ta del av nyheter på sociala medier.

Vi kan även se att respondenterna säger emot att det inte kommer att uppkomma några större förändringar i deras medievanor innan slutet på 2020-talet. Samtliga tror på nya tekniker, däremot kan vi se att Iris tror att dagstidningen finns kvar i pappersform om 20 år. Iris säger *”Jo, men det tror jag, jag tror att många vill ha den i sin hand och inte sitta med en ipad på toan liksom. Men jag tror det, det känns lite mer ok. Så man inte känner sig övervakad i varje stund”*. Maja funderar däremot *”Undra om man ens har en tidning då, jag vet inte om vår generation kommer vilja ha en tidning, jag tror att de mest kommer vilja ha plattor och sånt”*.

#### **6.4.2 Scenario 2: Generationsskifte**

Flera av våra respondenter nämner olika generationers användning när vi pratar om dagspressens framtid. Teorier om generationsskifte fokuserar på att varje generation skolas in i ett mediasystem där man har vissa förväntningar på medier (Bergström et al., 2005). Börje beskriver detta tydligt när han berättar om hans pappa som *“skulle få psykos”* om papperstidningen försvann. Börje själv läser alltid tidningen digitalt i

nuläget, något som han säger är otänkbart för hans pappa. Även Carlos är inne på samma spår när vi pratar om dagspressens framtid och han tror att den kommer försvinna med den äldre generationen då unga vuxna är uppvuxna med det digitala och inte har något behov av det tryckta. 40-talisterna har en väldigt stark relation till dagstidningar och vi kan enligt litteraturen förvänta oss en snabb nedgång i läsningen när de dör, då kommande generationer inte har alls lika stark relation till dagspressen (Bergström et al., 2005). Efter våra intervjuer ser vi hur detta kan stämma, då alla våra respondenter är uppvuxna med en papperstidning i hemmet, deras föräldrar har en prenumeration men enbart Maja har en egen prenumeration. Ingen av de andra betalar för nyheter. Vi kan se hur dagstidningsläsandet hör ihop med den generation man tillhör. Agneta, Iris och Maja hoppas som ovan nämnt att papperstidningen kommer finnas kvar, något vi tolkar som att man trots att man är van vid det digitala fortfarande har en viss relation till papperstidningen, förmodligen för att den har funnits i hemmet under uppväxten. Som Westerlund (2004) skriver har unga vuxna inget intresse av lokaltidning i dagsläget men att de oftast vill ha en i framtiden. Detta tror vi kan leda till att papperstidningen finns kvar lite längre än man kanske tidigare förutspått. Vi tror att teorin har rätt i att dagspressen måste vara flexibel och anpassa sig inför varje generation (Bergström et al., 2005), något vi kan se i och med att de flesta vi intervjuade läser Aftonbladet, detta för att de har en bra, lättanvänd app. De har lyckats uppfylla de förväntningar och behov en ung publik söker hos en dagstidning idag, något som lokala dagstidningar ännu inte har gjort (Bergström et al., 2005).

### 6.4.3 Scenario 3: Den oväntade tekniken

Att dagspressen behöver anpassa sig för att kunna bibehålla sin ställning i takt med att nya tekniker uppkommer (Bergström et al., 2005) verkar enligt våra respondenter vara en självklarhet. Vi kan se att även om Maja och Agneta hoppas på att dagstidningen finns kvar så pratar de även om att det kommer att uppkomma nya tekniker. Även Börje är inne på detta spår när han pratar om framtiden ”*Kanske inte så stor skillnad. Det skulle väl vara om Google släpper de här linserna. Det är väl tekniken som kommer utvecklas. Men jag tror att vanorna är desamma./.*” Börje och Carlos är mest tveksamma över huruvida papperstidningen kommer att finnas kvar. Om tidningarna ska finnas så kan vi tolka Börjes svar som att det måste utvecklas alternativ till papperstidningen, då han menar att plattformen som mediet tillhandahålls genom är viktigare än själva innehållet. Detta kan vi tolka utefter att han använder sig av Aftonbladetappen trots att han anser att trovärdigheten är låg. Han betonar även flertalet gånger att det är just deras lättillgänglighet som gör applikationen så attraktiv. Slutsats och Diskussion

## 6.5 Slutsatser

I denna studie har vi kommit fram till att det som har betydelse för valet av tidning för våra respondenter som studerar vid Linnéuniversitetet i Kalmar är att tidningen erbjuder en väl fungerande digital lösning. Att innehållet är av hög kvalitet, politisk tillhörighet och var tidningen finns geografiskt spelar inte någon större roll i detta val, så länge kanalen är lättillgänglig. De respondenter vi pratat med har ett större intresse för nationella och internationella nyheter än för lokala och det var enbart en respondent som i dagsläget läste en lokaltidning. Detta ser vi som ett stort problem för de lokala dagstidningarna då det är de som har utvecklats minst och anpassat sig till de digitala plattformarna (Carlsson & Facht, 2014). Kvällstidningarna har lyckats bäst, något som vi ser bevis på i teori såväl som i vår empiri och genom vår studie förstår vi att detta beror just på att de har bra digitala lösningar. Våra respondenter har lågt förtroende för kvällstidningarna och säger att innehållet inte alltid är bra, men ändå är det där de hittar störst del av sina nyheter, vilket vi ser beror på deras väl utvecklade app och lättanvänd nätupplaga. Detta gör att vi besvarar vårt syfte som är att undersöka våra respondents attityder gentemot den dagstidning de känner störst samhörighet till.

Vi kan se att respondenterna hellre läser nyheter digitalt då denna lösning är mer flexibel, lättillgänglig och den behöver inte kosta pengar då de kan hitta informationen som erbjuds i tidningar gratis på webben. Detta är svaret på vår första frågeställning som är *Varför väljer unga studenter vid Linnéuniversitetet i Kalmar att läsa dagspress digitalt i stället för tryckt?* Vi kan utefter empiriinsamligen se att våra respondenter använder sig av digitala verktyg och är uppvuxna med dem, något som gör att de är vana vid att använda dessa, vilket de äldre generationerna inte är.

Inför framtiden hoppas några av respondenterna att dagstidningen finns kvar i tryckt form då de känner känslan att det är mysigt, något som vi kan se är ett resultat av att de haft dagstidningen i tryckt form i hemmet under sin uppväxt. Vissa av respondenterna kan tänka sig en dagstidningsprenumeration i framtiden, något som även går i fas med de teorier som uttalar sig om vilka parametrar som har betydelse i ens medievanor där stabilitet, som studenter ofta inte har är av stor vikt (Weibull, 2014). Livssituation är en annan av dessa parametrar (Sternvik, 2007) i och med att vi ser att våra respondenter har förändrat sina medievanor sedan de flyttade hemifrån och kan tänka sig att de förändras igen om de flyttar ihop med någon besvarar vår andra frågeställning som är *vilken*

*betydelse har livssituationen för nyhetskonsumtionen?. Vår tredje frågeställning; Hur tror de att dagspressen kommer utvecklas? Ser vi svar på i och med att respondenterna är tveksamma till huruvida dagstidningar faktiskt kommer att finnas i tryckt form i framtiden, då vissa respondenter inte ser att behovet av dessa kommer att finnas. Vi kan se att det finns en koppling mellan uppväxten och hur man ser på papperstidningen och respondenterna är alla uppvuxna med den tryckta tidningen vilket leder till att de faktiskt har någon form av relation till den. Så, dagstidningens försvinnande kan vi se är kopplad till generationsskiftet, där det kanske inte sker nu men i framtiden om exempelvis våra respondenter inte väljer att skaffa en prenumeration i framtiden när de har barn.*

## 6.6 Diskussion

Vi kan utifrån vår studie se att våra respondenter skulle kunna överge den tryckta tidningen för digitala alternativ. Vi har under denna studie sett att våra respondenter främst tar del av nyheter från Aftonbladet, något de berättar att många av deras vänner också gör, främst genom app och på nätet. Att de väljer att läsa digitala nyheter är för att det är lättillgängligt och att man kan ta del av mycket nyheter gratis. Vi kan se att det är av större vikt för de respondenter vi pratat med att plattformen de tar del av nyheter på är lättillgänglig och tidseffektiv. Att våra respondenter till hög grad väljer att läsa Aftonbladet beror på en väl fungerande digital lösning och svaren som våra respondenter gett tolkar vi som att de lika gärna hade kunnat läsa en annan tidning om denne hade anpassat sig lika bra till det nya medielandskapet. Detta har vi fått uppfattningen om då flera av respondenterna egentligen har en relativt dålig bild av Aftonbladet men ändå konsumerar deras nyheter dagligen. Hur man uppfattar ett medie påverkas av de förväntningar man har (Sternvik, 2007), något vi delvis ser en koppling till då flera av våra respondenter läser nyheter på Aftonbladet samtidigt som de berättar att trovärdigheten inte är speciellt hög och att innehållet inte är av kvalitet. Vi tolkar det som att de inte blir missnöjda av användningen just för att deras förväntningar är låga. Vi tror att man inte blir missnöjd om man får det man förväntar sig eller mer. Att man använder mediet verkar dock inte ha betydelse av att man har låga förväntningar, vilket vi förstår då flera av våra respondenter aktivt tar del av nyheter på Aftonbladet trots att deras förväntningar är låga.

Att nyheter konkurrerar om läsare på internet kan vi se har betydelse för våra respondenter, då flera berättar att de ofta bläddrar igenom nyheterna snabbt och bara läser det de finner intressant. Vi har fått det uppdagat för oss att man kanske inte läser så brett som man borde och att det är lätt att man läser samma typ av nyheter. Då nyheter och ett nöjesmässigt innehåll presenteras på samma plattform, exempelvis i Aftonbladets app kan vi se att det lätt leder till att nyhetskonsumtionen sjunker, vilket även bevisats genom tidigare forskning (Wadbring, 2014). Detta resultat ser vi som ett oroande tecken då vi ser en koppling till den digitala klyftan. Att våra respondenter väljer att ta del av nyheter till störst del via internet har fördelar i användningen men kan bidra till en ökad klyfta då Wei & Hindman (2011) menar att internet ökar klyftan, något som traditionella medier inte har gjort. Att våra respondenter främst tar del av nyheter via Aftonbladet ser vi som en risk för informationsklyftan då de upplever att journalistiken inte är av hög kvalitet och uttrycker att de inte har något förtroende för tidningen, vilket gör att vi kan reflektera över huruvida man tar in informationen om trovärdigheten är låg. Vi diskuterar även om skillnader i den journalistiska kvaliteten hos tidningarna kan leda till en ökad informationsklyfta i och med att människor tar del av olika typer av material beroende på vilken kanal man väljer att läsa detta innehåll, vilket vi i förlängningen kan reflektera över om det i förlängningen kan utvecklas till ett hot mot demokratin i och med att man, på grund av bristen av information inte kan ta väl grundade demokratiska beslut.

Vi har utifrån vår empiri kommit fram till att vissa parametrar kan ha betydelse för medikonsumtionen hos våra respondenter. Enligt Elliot (1997) påverkar ålder, klass och utbildning vilket medieinnehåll man tar del av. Även boendesituation och livssituation kan ha betydelse för medievanorna (Bergström et al., 2005). Vi reflekterar över en likhet mellan dessa faktorer och de socioekonomiska faktorerna som Hvitfelt och Nygren (2008) säger påverkar den digitala klyftan. Dessa faktorer är: etnisk härkomst,

kön, ålder, utbildning, inkomst samt vart man bor (Hvitfelt & Nygren, 2008). Trots likheter av faktorerna diskuterar vi att för våra respondenter kan vi tolka att det är livssituationen som påverkar deras nyhetskonsumtion mest, då den har förändrats sedan de flyttade hemifrån och de själva tror att det kommer förändras igen när de flyttar ihop med någon och skaffar jobb.

Wilberg (2012) menar att sökmotorer är ett stort hot mot dagspressen. Läsaren har i det nya medielandskapet en helt annan möjlighet att gå in och söka på just de nyheter som intresserar dem, gentemot papperstidningen som levererar ett paket av nyheter (Bergström et al., 2005). Detta är en företeelse vi kan se fördelar i då vi under våra intervjuer märkte att vissa respondenter tycker att det är roligt att läsa de nyheter som intresserar dem och stämmer överens med deras världsbild. En respondent nämner dock oron över att missa viktiga nyheter, då han bara läser det som intresserar honom och därför inte får lika stor bredd som han hade velat ha. Andra respondenter, de som vi tolkar inte har ett lika stort intresse för nyheter upplever att det är svårt att veta vad som är viktigt och vad som borde läsas på digitala plattformar och de säger att de hellre vill ha det paketerat, som i en papperstidning. Även detta ser vi har en koppling till den informationsklyftan då våra respondenter har samma möjlighet att ta del av information på internet, men ändå inte tar del av lika mycket. När vi reflekterar över detta tänker vi att det kan bero på att de inte har kunskapen om hur man ska söka efter informationen man vill åt eller har intresset att göra det vilket vi tror kan öka informationsklyftan.

Vi kan utifrån respondenternas svar se att de menar på att dagspress och lokalpress inte riktigt har anpassat sig till medieanvändning, något som Livingstone (2002) även betonar i sin teori rörande detta. Hon menar på att medieföretag måste anpassa sig till och titta på unga vuxnas vanor för att kunna utvecklas på ett framgångsrikt sätt, något vi efter denna studie håller med om. Återigen kan vi i empirin och teorin finna att dagspressen måste vara mer flexibel och anpassa sin produkt efter varje generation av konsumenter (Bergström, Wadbring & Weibull 2005). Vi ser att respondenten lägger större vikt vid att plattformen där nyheterna tillhandahålls än själva innehållet i mediet i sig. Aftonbladet, som våra respondenter läser via app har lyckats med detta genom att ha en applikation som ligger i framkant av utvecklingen något som även Wadbring (2014) skriver att kvällstidningarna lyckats med, något som gjort att de unga vuxna valt att ha dem som källa för nyheter. Inför framtiden hoppas några av våra respondenter att dagstidningen kommer finnas kvar i tryckt form, då de ser en mysighetsfaktor i den och kan tänka sig att skaffa en prenumeration i framtiden. Andra respondenter är väldigt tveksamma över om papperstidningen kommer finnas kvar då de inte kan se ett behov av dem. Vi har genom denna studie insett att plattformen som nyheterna publiceras på är viktigare än själva innehållet vilket vi kan tolka som att tidningarna måste utvecklas, för att vinna unga läsare. Vi diskuterar att det är viktigt att tidningar överlag utvecklas så det inte blir en informationsklyfta på grund av att man tar del av nyheter enbart genom kvällstidningar, då det är dessa som utvecklats mest fördelaktigt gentemot de digitala plattformarna.

## 6.7 Förslag till framtida forskning

Under vår studie har vi stött på frågor som vi tycker är av värde att studera vidare. I och med att vi har kommit fram till att unga vuxna väljer sin tidning på grund av plattform skulle det vara av intresse för forskare och företag att undersöka vilka krav den digitala plattformen måste uppfylla för att unga vuxna ska välja att använda den.

När vi i vår studie analyserade kring vad respondenterna gör när de konsumerar nyheter fick vi flera svar om att de äter samtidigt som de konsumerar nyheter. Vi tycker att en studie om vad man gör när man har nyheter som en sekundär aktivitet skulle vara av intresse.

Då kvalitativa studier ofta ligger till grund för kvalitativa forskningar kan detta vara intressant för att kartlägga företeelsen och kunna dra generella slutsatser för hur det ser ut i Sverige.

Vi har under denna studie sett tendenser till att dagspressens roll har under digitaliseringen kan förändrats och detta tycker vi att detta vore av värde till framtida undersökning.

Mediala val har betydelse, enligt tidigare forskning för identitetsskapandet, något vi skulle vilja se undersökas mer nu när sociala medier är så stor av unga vuxnas vardag.

## 6.8 Förslag till företag

Både genom teori och empiri ser vi att unga vuxna är pionjärer för ny teknik. De har helt andra vanor av nyhetskonsumtion än tidigare generationer och det vore därför av värde att studera vad denna målgrupp vill ha, för att kunna utveckla sin nyhetstjänst.

## Referenser

- Backman, J. (2008). *Rapporter och uppsatser*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Bergström, A., Wadbring, I. & Weibull, L. (2005). *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg University.
- Bryman, A., Bell, E. & Nilsson, B. (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.
- Deacon, D., Golding, P., Murdock, G., Pickering, M. (2007). *Researching Communications: A practical guide to methods in media and cultural analysis*. London: Bloomsbury Academic.
- Denscombe, M. (1998). *Forskningshandboken: för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.
- Elliot, M. (1997). *Förtroendet för medierna: TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Univ.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik.
- Fenton, N. (2010). *New media, old news: journalism & democracy in the digital age*. London: SAGE.
- Hannerz, U. (1990). *Medier och Kulturer*. Stockholm: Carlsson
- Hvitfelt, H. & Nygren, G. (2008). *På väg mot medievärlden 2020: journalistik, teknik, marknad*. 4., uppl. Stockholm: Studentlitteratur.
- Häger, B. (2007). *Intervjuteknik*. 2., [omarb. och uppdaterade] uppl. Stockholm: Liber.
- Küng, L., Picard, R., G., Towse, R. (2008). *The internet and the mass media*. Los Angeles: SAGE.
- Livingstone, S. (2002). *Young people and new media: childhood and the changing media environment*. London: SAGE.
- Lull, J. (2000). *Media, communication, culture: a global approach*. 2. ed. New York: Columbia University Press.
- Mazzarella, S. (2007). *20 questions about youth & the media*. New York: Peter Lang.
- Sternvik, J. (2007). *I krympt kostym: morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.



Thompson, J. (2001). *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Daidalos.

Thurén, T. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. 2., [omarb.] uppl. Stockholm: Liber.

### **Rapporter, Artiklar och andra källor**

Appelgren, E., Leckner, S., Mejtoff, T. (2014). *MedieSverige: statistik och analys*. 2014. Göteborg: Nordicom, Göteborgs Universitet.

Carlsson, U. (2011). *Sveriges Mediebarometer 2010*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.

Carlsson, U., Facht, U. (2014). *MedieSverige: statistik och analys*. 2014. Göteborg: Nordicom, Göteborgs Universitet.

Facht, U., Hellingwerf, K. (2012). *Internetbarometer 2012*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.

Ohlsson, J. (2013). *Ökade klyftor i nyhetsanvändningen*. In Ohlsson, Jonas och Bergström, Annika (red) Vanor och attityder i förändring. Samhälle, opinion och medier i Skåne. (pp. 131-148). University of Gothenburg.

Tran, H. (2013). *Does Exposure to Online Media Matter? The Knowledge Gap and the Mediating Role of News Use*. International Journal of Communication, no 7: DePaul University.

Vetenskapsrådets expertgrupp för etik (2011) *God forskningsset* Vetenskapsrådets rapportserie 1:2011 Länk:

<http://www.vr.se/download/18.3a36c20d133af0c12958000491/1321864357049/God+forskningsset+2011.1.pdf>

Vetenskapsrådet (2011). *Forskningsetiska principer: inom humanistisk – samhällsvetenskaplig forskning*. Länk: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Wadbring, I. (2014). *MedieSverige: statistik och analys*. 2014. Göteborg: Nordicom, Göteborgs Universitet.

Wallington Flynt, S. (2010). *Encyclopedia of Science and Technology Communication: Knowledge Gap Hypothesis*. Publishing Company: SAGE Publications.

Wei, L., Hindman Blanks, D. (2011). *Does the Digital Divide Matter More? Comparing the Effects of New Media and Old Media Use on the Education – Based Knowledge Gap*. Mass Communication and Society: Zhejiang University, Washington State University.

Weibull, L. (2014). *MedieSverige: statistik och analys*. 2014. Göteborg: Nordicom, Göteborgs Universitet.

Westlund, O. (2004) [www.lokaltidning.se/](http://www.lokaltidning.se/): prenumeranters attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning. Göteborg: Göteborgs Universitet.

## **Internet**

Dawsson, R. (2010) Newspaper extinction timeline: when newspaper in their current form will become insignificant. Hämtad från:

[http://www.futureexploration.net/Newspaper\\_Extinction\\_Timeline.pdf](http://www.futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf)

Wilberg, E. (2012). Nordic Media Future and change study 2012. Hämtad från:

[http://www.erikwilberg.no/www.erikwilberg.no/Publikasjoner\\_files/Future%20and%20Change%20study%202012%20Nordic.pdf](http://www.erikwilberg.no/www.erikwilberg.no/Publikasjoner_files/Future%20and%20Change%20study%202012%20Nordic.pdf)

Wilberg, E. (2010). Hamburg: World Editors Forum. Hämtad från:

<http://www.youtube.com/watch?v=ckfgJzmCNrs>

# Bilagor

## Bilaga A Intervjuguide

### **Bakgrundsinformation**

Namn?

Hur gammal är du?

Var är du född?

Vart bor du idag?

Bodde du någon annanstans innan du flyttade till Kalmar?

Har du några syskon? Yngre/ äldre?

Utbildning?

Inkomst?

Civilstånd?

Hur ser din boendesituation ut? Bor du hemma/Ensam/Sambo/Gift

Hur länge har du bott som du gör?

Vilka dags- och lokaltidningar läser du?

### **Mediekonsumtion, vanor**

Vilka medier använder du dagligen? Berätta lite hur en dags medieanvändning kan se ut för dig.

Vilken av dessa medier anser du upptar mest av din tid?

Om du får välja ett medie, vilket är det viktigaste enligt dig?

- är det detta medium du konsumerar mest?

Du berättade innan att du har syskon, hur har dina medievanor påverkats av dem?

Var hittar du nyheter?

-Skiljer sig det sig mellan lokala, nationella och internationella nyheter?

När på dygnet tar du vanligTV:s del av nyheter?

Hur ser dina vardagsrutiner ut för nyhetskonsumtion? (sekundär, primär)

Är det för dig viktigt med uppdaterade nyheter hela dygnet?

Minns du nåt speciellt tillfälle där du läst nyheter extra mycket i ditt liv?

Prenumererar du på någon tidning? Vilken?

Vilka tidningar läser du på nätet? Finns några tidningar du aktivt väljer att inte läsa?

-Varför?

På vilka sociala medier tar du del av nyheter? Vilken typ av nyheter fångar din uppmärksamhet mest?

Vilka gratistidningar läser du?

Vilka dagstidningar är du uppvuxen med?

Vilka lokala dagstidningar läser du idag?

-De där du bor/de du kommer ifrån/annat?

- Finns de digitalt ?

Har du alltid läst samma dagstidning?

Har ditt läsmönster förändrats sedan du bodde hemma (vilken typ av artiklar man läser)?

Tror du att ditt nyhetsläsande skulle förändras om du flyttar ihop med någon? På vilket sätt?

Hur länge är du online en genomsnittlig dag?

Vilka nyhetsappar använder du?

- Vad är bra med dessa?

### **Lokal dagspress**

Vad efterfrågar du för nyheter i din lokala dagstidning?

-Finns det idag eller är det någonting du saknar?

Är du intresserad av lokala nyheter? Eller anser du att de ämnen som intresserar dig, oberoende av lokal anknytning är av större vikt?

Vilken del av lokaltidningen är den del du läser helst?

### **Attityder**

Läser du helst tidningar digitalt eller tryckt?

Vad ser du för fördelar/nackdelar med digitala samt tryckta nyheter?

Tycker du att innehållet skiljer sig i tryckt/digital tidning? Hur då?

Vad anser du om priset på dagstidningar?

Betalar du för digitala nyheter idag?

- Vad är det som gör att du inte vill betala?

- Kan du tänka dig att göra det?

Hur påverkar tillgången till digital plattform ditt val av lokaltidning?

När väljer du bort nyheter och istället konsumerar nöjesmässigt innehåll?

### **Kultur, Identitet**

Vad baseras ditt val av tidning i?

Läser du och människor i din närhet samma dags- eller lokaltidningar?

Tycker du att vissa medier har en statussymbol?

Kan du koppla något speciellt medium till en viss livsstil?

Är du aktiv på sociala medier?

-Vilka använder du då?

Vilket typ av artiklar delar du med dig av på sociala medier? Finns det någon typ av nyhetsinnehåll du konsumerar som du inte hade velat dela med dig av på facebook?

Brukar dina vänner dela med sig av artiklar på sociala medier? Vilken typ?

### **Framtid**

Varför tror du att unga vuxna väljer att läsa nyheter digitalt?

Hur önskar du att lokaltidningar utvecklas?

Tror du att den tryckta papperstidningen finns kvar i samma form som idag om 20 år?

Hur tror du att dina medievanor ser ut om 20 år?

Vilket medium tror du att du spenderar mest tid vid en genomsnittlig dag om 20 år?