

Lunds universitet

Institutionen för kommunikation och medier

Journalistik

Handledare: Ingen

2021-01-15

Marie-Therése Arén

JOUK10



Sociala medier - ett bubbelbad av filterbubblor

En kvalitativ studie av svenska ungdomars konsumtion av
politiska nyheter

Abstract

Examensarbete:	15 hp
Sidantal:	34 (exklusive referenser och bilagor)
Antal ord:	12 995 ord
Nyckelord:	<i>Politiska nyheter, nyhetskonsumtion, digitala nyhetsplattformar, sociala medier, nyhetsval, användningsmodellen, filterbubbla, selektiv exponering.</i>

Syfte: Studiens syfte är att nå ökad förståelse för på vilket sätt svenska ungdomar föredrar att konsumera politiska nyheter på idag. Vidare är också syftet att undersöka vad ungdomar har för behov av politiska nyheter, om detta behov tillgodoses samt hur de själva resonerar kring sin politiska nyhetskonsumtion. Målet med studien är att lyfta fram ungdomars egna reflektioner med fokus på behov, tillvägagångssätt och intresse.

Teori: Användningsmodellen, Filterbubbla och teorin om Selektiv exponering.

Metod: För att besvara angivna frågeställningar genomförs en kvalitativ studie med fokusgruppsintervjuer.

Material: Tre stycken fokusgrupper med fem deltagande respondenter i vardera grupp, totalt 15 stycken, i åldrarna 14-16 år.

Huvudresultat: De mönster som går att skönja i studiens resultat går att koppla till tidigare forskning och valda teorier. Ungdomarna som deltagit i studien har ett lågt intresse för politiska nyheter och konsumerar nyheter utifrån vad som intresserar dem. De konsumerar i stort sätt inga politiska nyheter i traditionella medier, utan föredrar att ta del av dessa digitalt. I synnerhet genom flödet på sociala medier. De har ett behov av att konsumera politiska nyheter som berör dem själva och som i förlängningen påverkar dem eller deras framtid. Ungdomarna har ett större intresse av att konsumera politiska nyheter som de upplever sig ha användning för i

sociala sammanhang och känner ett behov av att hålla sig uppdaterade om viktiga politiska nyheter för att vara allmänbildade och föra sig i mötet med andra människor. Ungdomarna är mer angelägna om att ta del av politiska nyheter som någon de ser upp till delar, exempelvis en influencer eller någon annan i deras närhet.

Tacksägelse

Jag vill rikta ett stort tack till alla de ungdomar som deltagit i denna studie och delat med sig av kloka tankar och reflektioner. Utan er hade inte undersökningen kunnat genomföras och därför är jag mycket tacksam.

Jag vill även passa på att rikta ett varmt tack till min familj som agerat stöd under arbetets gång och visat mycket tålamod när stressen gjort sig påtaglig.

Innehållsförteckning

1	Introduktion.....	1
2	Bakgrund och problematisering.....	3
2.1	Dagens medielandskap.....	3
3	Syfte och frågeställningar.....	5
3.1	Avgränsning.....	6
4	Tidigare forskning.....	7
4.1	Svenskarna och Internet.....	7
4.2	Mediebarometern.....	8
4.3	Nyhetens behag.....	8
5	Teori.....	10
5.1	Användningsmodellen (Uses and Gratifications theory).....	10
5.2	Filterbubbla (Filter bubble).....	11
5.3	Teorin om Selektiv exponering (Selective exposure theory).....	12
5.4	Teoretiskt ramverk.....	13
6	Metod.....	15
6.1	Val av metod.....	15
6.2	Urval och avgränsning.....	16
6.3	Etisk diskussion.....	17
6.4	Genomförande.....	18
6.5	Metodkritik.....	18
7	Resultat.....	19
7.1	Intresse av politiska nyheter.....	19
7.2	Användning av digitala verktyg.....	21
7.3	Nyhetskonsumtion i sociala medier.....	22
7.4	Nyhetskonsumtion i traditionella medier.....	23
7.5	Vänner och andra närståendes nyhetsvanor.....	24
7.6	Vikten av att vara uppdaterad.....	24
7.7	Attityder till källor och alternativa medier.....	25
8	Analys.....	27
8.1	Analys av empiri.....	27
8.1.1	Selektiv nyhetskonsumtion.....	27
8.1.2	Gruppsyck och social tillhörighet.....	28
8.1.3	Attityder till källor.....	28

8.1.4	Behov av nyheter	29
9	Slutdiskussion	31
9.1	Sammanfattning och diskussion.....	31
9.1.1	Besvarade frågeställningar.....	31
9.2	Förslag till vidare forskning	34
10	Referenser	35
10.1	Digitala källor	35
10.2	Tryckta källor	35
11	Bilagor.....	38
11.1	Bilaga 1: Intervjumanual	38
11.2	Bilaga 2: Skriftligt samtycke till medverkan i intervjustudie.....	41

1 Introduktion

I denna studie avses svenska ungdomars konsumtion av politiska nyheter undersökas. Uppsatsen inleds med en kort beskrivning av ämnet och i efterföljande kapitel presenteras vetenskaplig metod och vidare utförande.

Under de senaste decennierna har journalistiken genomgått stora förändringar. En av de bakomliggande orsakerna till denna utveckling är att digitaliseringen gett upphov till en ny arena för journalistiken. Nyhetskonsumtionen via traditionella nyhetsmedier har kraftigt minskat och allt fler väljer att istället konsumera nyheter digitalt¹. Statens medieråd har genomfört en undersökning som går under namnet Nyhetens behag². Studien visar att ungdomar konsumerar nyheter i likvärdig utsträckning som tidigare men däremot väljer allt fler att ta del av nyheter från andra källor än traditionella nyhetsmedier. Med traditionella medier avses sådana medier som ibland går under benämningen ”gammelmedia”, vilket omfattar Tv, radio och dagstidningar³. Dagens unga föredrar att ta del av digitala medier via sina mobiltelefoner och en studie av Mediebarometern visar att 95 procent av ungdomarna använder sin smartphone dagligen. Sociala medier har kommit att bli en stor, viktig aktör för nyhetskonsumtion bland ungdomar, där journalister, organisationer och politiska aktörer kan nå ut- och kommunicera direkt med sina målgrupper⁴.

Massmediernas effekter på allmänheten har länge varit ett betydande forskningsområde⁵. Genom att exponeras för massmedier blir människor medvetna om viktiga saker i sin omgivning utanför det personliga synfältet och detta lärande utgör kärnan i dagordningsprocessen⁶. Dagordningsteorin innebär att överensstämmelsen mellan mediernas dagordning och allmänhetens dagordning tenderar att öka med större exponering för medier. Studier på området har visat att skillnader mellan olika befolkningsgruppers dagordningar, exempelvis mellan unga och gamla,

¹ Appelgren, E. & Leckner, S. 2019. (s 43).

² Statens medieråd. Nyhetens behag - svenska barn och ungdomars nyhetsanvändning. (<https://statensmedierad.se/download/18.d5c66616b31a342c475541/1560163158821/Nyhetens%20behag%20Svenska%20barns%20och%20ungdomars%20nyhetsanv%C3%A4ndning.pdf>), 2018. (s. 129) Hämtad 03-01-2021.

³ Ibid.

⁴ Nordicom Sverige. Mediebarometer 2018. (https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/nordicom_sveriges_mediebarometer_2018.pdf?file=1&type=node&id=40345&force=0) 2018. Hämtad 03-01-2021. (s. 5).

⁵ McCombs, M. & Shaw, D. The Agenda-setting Function of the Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 1972. (s. 172).

⁶ Ibid.

har minskat med ökad exponering för dagstidningar. Forskare förutspår att ny digital kommunikationsteknik kommer förändra framtiden för massmedier. En av de viktigaste förändringarna som förutspås är att Internet innebär slutet för mediernas dagordningsmakt som vi hittills upplevt den⁷. Samhällsobservatörer förutspår att dagordningsmakten kommer upphöra när de olika publikgrupperna splittras och när mediedagordningen grupper emellan blir en individualiserad blandning som bygger på ett stort antal nyhetskällor. Prognoserna om dagordningsmaktens slut grundar sig i ett allmänt antagande om att publikgrupperna kommer fragmenteras och att den överlappning mellan olika nyhetsmedier som hittills kännetecknat masskommunikationen därmed minskar⁸.

I följande studie kommer ungdomars politiska nyhetskonsumtion undersökas. Studiens syfte är att nå ökad förståelse för hur svenska högstadieungdomar föredrar att konsumera politiska nyheter. Vidare är också syftet att undersöka vad ungdomar har för behov av politiska nyheter, om detta behov tillgodoses samt hur de själva resonerar kring sin politiska nyhetskonsumtion. Målet med studien är att lyfta fram ungdomars egna reflektioner med fokus på behov, tillvägagångssätt och intresse.

⁷ Ibid.

⁸ Ibid.

2 Bakgrund och problematisering

I följande kapitel presenteras kort bakgrundsinformation om hur dagens medielandskap växt fram och utvecklats. Därefter återges en problematisering av ämnet. Syftet är att ge läsaren en tydlig bild av varför studien är betydelsefull för det befintliga forskningsfältet genom att redogöra för studiens samhälleliga och vetenskapliga relevans.

2.1 Dagens medielandskap

“Som kommunikationsverktyg är nya medier rätt så ointressanta”

Citatet ovan är hämtat från en intervju med Erik Ullenhag år 2009, tidigare partisekreterare för Folkpartiet⁹. Mycket har hänt under de elva år som gått sedan Erik Ullenhag gjorde uttalandet. Internets framväxt har gett upphov till ett digitalt skifte som kommit att förändra medielandskapet i grunden¹⁰.

Undersökningen *Svenskarna och Internet* visar att majoriteten av dagens ungdomar konsumerar nyheter via digitala plattformar, som nyhetsappar och sociala medier¹¹. Vidare forskning visar att dagens ungdomar föredrar att konsumera nyheter via digitala plattformar¹². Idag finns det ett enormt utbud av digitala plattformar som innehåller stora mängder information och det finns således oändliga möjligheter när det kommer till nyhetskonsumtion¹³.

Det förändrade medielandskapet har kommit att få konsekvenser på flera olika plan. Inom traditionella medier har det länge funnits så kallade *gatekeepers*, det vill säga, journalister vars uppgift går ut på att sälla ut vad det är som är viktigt för allmänheten att ta del av. Allmänheten har i sin tur förlitat sig på att dessa gatekeepers ska ge oss en saklig och rättvis bild av verkligheten¹⁴. I takt med att medielandskapet digitaliserats har mänskliga gatekeepers bytts ut

⁹ Grusell, M. & Nord, L. Syftet är alltid att få spinn. Studier i Politisk Kommunikation. Sundsvall: Demokratiinstitutet Demicom. 2009.

¹⁰ Appelgren & Leckner 2019, s. 43

¹¹ Internetstiftelsen. *Svenskarna och Internet* 2018.

(https://internetstiftelsen.se/docs/Svenskarna_och_internet_2018.pdf). 2018. Hämtad 03-01-2021

¹² Belfrage, M. Både slumpmässig och planerad - ungas nyhetskonsumtion i sociala medier. (Arbetsrapport nr. 74; ISSN 1101-4679). Göteborg: Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. 2016. (s. 29)

¹³ Färdigh, M. & Sternvik, J. Svenska folkets nyhetsvanor. I (red) Holmberg, S. & Weibull, L. *Skilda världar: trettioåttio kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: Göteborgs universitet, SOM-institutet. 2008. (s. 301.)

¹⁴ Hadenius, S. Weibull, L. & Wadbring, I. *Massmedier: press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. 10., uppdaterade uppl. Stockholm: Ekerlid. 2011. (s. 316-317).

mot digitala algoritmer vars uppgift går ut på att visa medieanvändarna sådan information som de tror att medieanvändarna vill se. Medieanvändarna får ta del av information från avsändare vars etiska och moraliska integritet inte utsätts för samma hårda kravbild som traditionella medier gör¹⁵. Samtidigt har mediebruket flyttat in i den digitala vänskapskretsen och när människor delar med sig av länkar och annan information flyttas delar av journalisternas gatekeepingroll till publiken. För politiken innebär det förändrade medielandskapet en möjlighet att kunna nå ut till väljarna i högre utsträckning än tidigare. När journalisternas gatekeepingroll konkurrensutsätts minskar beroendet av journalister för att få publicitet¹⁶. Sociala medier har växt fram att bli en digital plattform där politiska aktörer kan skapa opinion och kommunicera med sina målgrupper oberoende av journalisternas gatekeepingfunktion¹⁷.

Att en övervägande majoritet av dagens ungdomar konsumerar nyheter digitalt ställer hårda krav på ett mediekritiskt förhållningssätt till den information man utsätts för. Om unga mediekonsumenter saknar redskap att skilja på neutral nyhetsförmedling och marknadsförings- eller åsiktsjournalistik kommer det att påverka både samhällets- och medieindustrins framtida utveckling och därför är det viktigt att studera hur ungdomar reflekterar över sin politiska nyhetskonsumtion¹⁸. Tidigare forskningsstudier har visat att ungas nyhetskonsumtion kan komma att påverka framtiden inom mediebranschen och därför är det angeläget att närmare fokusera på användarperspektivet i frågan¹⁹. Således är syftet med denna studie att närmare undersöka ungdomarnas egna reflektioner över sin politiska nyhetskonsumtion och att på sätt kunna tillföra ny kunskap till det vetenskapliga fältet. Detta genom att ta del av av ett antal högstadiungdomars attityder och behov som styr deras agerande som nyhetskonsumenter.

¹⁵ Nygren, G. & Wadbring, I. (red.). På väg mot medievärlden 2030: journalistikens villkor och utmaningar. Sjätte upplagan. Lund: Studentlitteratur. 2019. (s. 22).

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Baker, C. Edwin, Media concentration and democracy: why ownership matters, Cambridge University Press, Cambridge. 2007. (s. 3).

¹⁹ Chan-Olmsted, S., Rim, H., & Zerba, A. Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage. Journalism & Mass Communication Quarterly, 90(1). 2013. (s. 141).

3 Syfte och frågeställningar

I avsnittet nedan beskrivs studiens syfte med koppling till fyra frågeställningar. För att besvara frågeställningarna, och analysera resultaten utifrån dem, kommer jag utgå från tre teorier samt befintlig forskning som presenteras närmre i efterföljande kapitel.

Utifrån problematiseringen beskriven ovan har ett syfte utformats. Studiens syfte är att nå ökad förståelse för hur svenska högstadieungdomar föredrar att konsumera politiska nyheter. Vidare är också syftet att undersöka vad ungdomar har för behov av politiska nyheter, om detta behov tillgodoses idag samt hur de själva reflekterar över sin politiska nyhetskonsumtion. Målet med studien är att lyfta fram ungdomars egna resonemang med fokus på behov, tillvägagångssätt och intresse.

För att besvara studiens övergripande syfte har fyra frågeställningar formulerats:

- **Hur konsumerar ungdomar politiska nyheter idag?**

Denna frågeställning syftar till att besvara hur respondenterna konsumerar politiska nyheter till vardags, med fokus på hur och var.

- **Hur resonerar ungdomar kring politisk nyhetsförmedling i digitala medier?**

Denna frågeställning ämnar att besvara hur respondenterna ser på politisk nyhetsförmedling i digitala medier samt hur de resonerar kring trovärdighet och källkritik.

- **Anser ungdomarna att deras behov av politisk nyhetsförmedling tillgodoses idag?**

Denna frågeställning syftar till att besvara hur respondenterna ser på deras behov av politiska nyheter i vardagen, med fokus på varför det är viktigt eller oviktigt för dem.

- **Är ungdomarna selektiva i sin konsumtion av politiska nyheter?**

Denna frågeställning syftar till att besvara hur ungdomarna sällar bland information i det dagliga nyhetsflödet.

3.1 Avgränsning

Studien är begränsad till det digitala medielandskapet i Sverige och kommer i synnerhet hänvisa till nationell forskning. I det teoretiska ramverket hänvisas till internationella studier som kan ge ytterligare förståelse för ämnet. Studien omfattar högstadieungdomar i åldrarna 14-16 år som går i skolan i Stockholms innerstad.

4 Tidigare forskning

I följande kapitel kommer tidigare forskning som är relevant för studien att presenteras.

Forskningen används i första hand för att ge ytterligare djup till undersökningen, men även för att erbjuda information och förståelse för forskningsområdet.

4.1 Svenskarna och Internet

En undersökning gjord av Internetstiftelsen som går under namnet Svenskarna och Internet visar att allt fler svenskar kopplar upp sig mot Internet och att allt färre lämnas kvar i ett digitalt utanförskap. Materialet i studien bygger på över 3 000 intervjuer, baserat på ett slumpvist urval av befolkningen från 11 år och uppåt och syftet är att samla in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället i stort. Resultaten av undersökningen visar att 1,1 miljoner svenskar inte använder Internet alls eller gör det mer sällan än varje dag. Samtidigt framgår att den som en gång börjat använda Internet inte slutar med det²⁰.

Användningen av sociala medier fortsätter att växa och den största plattformen är Facebook (76 procent), följt av Instagram (60 procent), Snapchat (38 procent) och Flashback (33 procent). Samtidigt visar undersökningen att Facebook-användandet minskar bland de yngre upp till 35 år och upp till 25 år är det fler som dagligen använder Snapchat och Instagram än Facebook. 63 procent av respondenterna svarar att de använder sociala medier dagligen²¹.

Undersökningen visar att prenumeration på papperstidningar minskar och bland Internet-användare upp till 65 år är det vanligare att läsa dagstidningen på nätet än att göra det på papper. Lägst dagstidningsläsande på nätet finns i åldersgruppen 12–15 år där 41 procent någon gång läser dagstidningar på nätet och bara 4 procent gör det varje dag. 61 procent av respondenterna uppger att de använder Google sök dagligen och bara 34 procent uppger att de söker efter information dagligen på Internet. Det kan tyda på att många använder Google som en genväg till en sida och att de skriver in ett sökord i stället för en webbadress. Även om en stor del av Internet-användarna tycker att det är enkelt att hitta rätt sökord när de söker på Internet instämmer endast 35 procent av de tillfrågade i åldrarna 12–15 år i påståendet att det är enkelt att hitta rätt sökord.

²⁰ Internetstiftelsen 2018.

²¹ Ibid.

Var tredje Internet-användare uppger att de har fått utbildning i att värdera information på nätet (34 procent). Det finns en stor övervikt av unga bland de som fått utbildning i att värdera information. 63 procent av 12–15-åringarna och 65 procent av 16–25-åringarna har fått utbildning i källkritik och det vanligaste sättet att få denna undervisning är genom skolan²².

4.2 Mediebarometern

En undersökning från SOM-institutet vid Göteborgs universitet rörande unga svenskars medievanor visar att det finns ett tydligt samband mellan ungas nyhetsvanor och politikintresse. Studien visar att det bland de ungdomar som uppger sig ha lägst grad av politiskt intresse finns ett stort gap i generellt nyhetsanvändande, oavsett nyhetsmedium, jämfört med den grupp som uppger sig ha högst grad av politiskt intresse. Denna skillnad är inte påtaglig hos den äldre ålderskategorin där de som uppger sig vara politiskt ointresserade ändå har en regelbunden nyhetsanvändning. Resultaten visar att unga som uppger sig vara politiskt ointresserade inte vill eller kan ta del av nyheter för att sätta sig in i saker som sker i samhället. Slutsatsen är att det finns en uppenbar risk för ökad polarisering mellan ungdomar som har ett politiskt intresse och ungdomar som är politiskt ointresserade²³.

Vidare visar studien att nyhetsanvändarens ålder avgör valet av nyhetsmedier. Det framgår att sannolikheten för att använda traditionella medier som Tv, radio och morgontidning i pappersversion minskar ju yngre man är. Exempelvis är det 44 procent av de undersökta i gruppen 18-34 år som 2018 uppger att de regelbundet ser riksnyheter på Tv medan det för gruppen 65-85 år är 93 procent. Samtidigt tenderar ungdomar att nyhetskonsumera i högre utsträckning via sociala medier, där förhållandet snarare är det motsatta²⁴.

4.3 Nyhetens behag

I en studie gjord av Statens medieråd som går under namnet Nyhetens behag undersöks hur barn och ungdomar i Sverige 2018 uppfattar, definierar och tar del av nyheter. Undersökningen inbegriper en kombination av kvalitativa och kvantitativa metoder och bygger på både data från en riksrepresentativ enkät och gruppintervjuer med ett mindre urval skolungdomar i åldrarna 9-18

²² Ibid.

²³ Nordicom Sverige. Mediebarometer 2018. (https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/nordicom_sveriges_mediebarometer_2018.pdf?file=1&type=node&id=40345&force=0). 2018. Hämtad 03-01-2021.

²⁴ Ibid.

år. De yngsta som intervjuats är 13 år och de medverkande eleverna är fördelade på två grundskolor och tre gymnasieskolor. Resultaten visar att nyhetsanvändningen ökar med åldern och i det äldsta intervallet, 17–18 år, brukar 83 procent ta del av nyheter. I åldrarna 9–12 och 13–16 är det något större andelar av flickor än pojkar som anger att de brukar ta del av nyheter. I den äldsta gruppen, 17–18 år, finns ingen sådan könsskillnad men däremot tar flickorna del av flera, olika nyhetsmedier än pojkarna. Tv är den viktigaste nyhetskällan för de yngre barnen men med stigande ålder tar de del av nyheter via allt fler medier. Särskilt mobilen blir allt viktigare ju äldre de blir²⁵.

De kvalitativa delarna av undersökningen visar att ungdomarna har en traditionell uppfattning om vad som definierar en nyhet, samtidigt tenderar kommersiella budskap och inlägg från kändisar på sociala medier att passera som ”nyheter” vilket antyder att nyhetsbegreppets gränser och innehåll är en aning diffust. De flesta av de tillfrågade respondenterna ser nyhetsanvändningen som ett viktigt sätt att få kunskap om omvärlden. Generellt sett ses nyhetskonsumtion som ett viktigt verktyg för att passa in i den sociala gemenskapen och som ett sätt att positionera sig i förhållande till andra. Det finns en förväntan om att man ska ha koll, för att inte framstå som dum, och på gymnasienivå kopplar ungdomarna medvetet nyhetsanvändningen till formerandet av det egna vuxenblivandet och självständigheten²⁶.

Resultaten från intervjuerna i undersökningen antyder att den digitala medielogiken inverkar på hur källor och information bedöms. Ungdomarna tenderar att söka sig till nyheter som många före dem interagerat med genom att bedöma antalet delningar och gillamarkeringar. Genom algoritmer prioriteras sådana inlägg i ungdomarnas flöden och samma tendenser går att urskilja på Google som många ungdomar uppger att de använder för att tillskansa sig information. De mest populära sidorna hamnar längst upp i Googles sökfält och på så vis bedömer ungdomarna hur trovärdig en källa är. Inlägg som hamnar högt upp anses vara trovärdiga och många ungdomar litar på att algoritmerna automatiskt missgynnar felaktiga uppgifter²⁷.

²⁵ Statens medieråd 2018.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

5 Teori

I följande avsnitt presenteras undersökningens teoretiska perspektiv. I denna studie kommer tre teorier att användas; Användningsmodellen, teorin om Filterbubblor samt teorin om Selektiv exponering. Teorierna presenteras separat och jag kommer belysa varför de är passande för uppsatsens syfte och valda frågeställningar. Viktiga termer och begrepp kommer att översättas och därefter används den svenska benämningen. I avsnittets avslutande del kommer jag presentera hur dessa teorier sammanflätas till ett teoretiskt ramverk.

5.1 Användningsmodellen (Uses and Gratifications theory)

Användningsmodellen förklarar nyttan och funktionen av medier för individer, grupper och samhället i stort. Teorin lyfter fram mottagaren som en aktiv, målorienterad deltagare som selektivt väljer i medieutbudet för att tillgodose sina egna sociala och psykologiska behov²⁸. Modellen syftar till att undersöka vad människor gör med medier och vilken tillfredsställelse de får av själva medieanvändningen och är användbar för att förstå medieanvändning, exponering samt dess effekter. Teorin utgår från att alla medieanvändare gör medvetna och motiverade val och används för att förstå medial kommunikation och vad som ligger till grund för varför människor väljer att konsumera medier²⁹.

Medieanvändarens tillfredsställelse utgår från tre källor och dessa är: medieinnehåll, medieexponering samt den sociala kontext som är typisk för den situation där man blir exponerad för medier. Utifrån dessa källor vilar teorin på en modell av fem olika antaganden:

1. Publiken ses som aktiv, användaren gör egna medvetna val.
2. Användarens medieval utifrån egen tillfredsställelse ligger i fokus.
3. Medier tävlar ständigt med andra faktorer som kan påverka människors tillfredsställelse och behov.
4. Människor är väldigt självmedvetna om sina egna intressen och behov när det kommer till medieanvändning.
5. Publikorientering bör studeras utifrån en egen kontext³⁰.

²⁸ Blumer, J. Katz, E. & Gurevitch, M. Uses and Gratifications Research. The Public Opinion Quarterly. 37(4). 1974. (s. 19-21)

²⁹ Ibid.

³⁰ Blumer et al. 1974. (s. 21-24)

Enligt teorin kan medier användas för att stilla ett informationsbehov, användaren konsumerar då information som ger en kunskap om samhället. Därtill finns det medieanvändning som uppkommer för att användaren har sociala motiv, det vill säga en vilja att känna tillhörighet med andra människor. Ett tredje motiv är att stärka sin personliga identitet genom att välja att konsumera medier som stärker ens värderingar. Det fjärde motivet innebär att medierna används i syfte att fly undan vardagstristessen genom att fylla behovet av att bli underhållen och att på så sätt ge användaren njutning³¹.

Användningsmodellen är användbar i förståelsen för ungdomars politiska nyhetsvanor och när det kommer till att analysera hur ungdomar konsumerar politiska nyheter och vad som motiverar dem i deras nyhetsval.

5.2 Filterbubbla (Filter bubble)

Begreppet filterbubbla myntades av den amerikanska författaren Eli Pariser i boken *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Pariser noterade efter några år av Internet-användande att vissa ämnen och personer successivt försvann ur hans flöde. Han hade tidigare haft en vana av att följa och försöka förstå sig på vänner och andra meningsmotståndare med åsikter som skiljde sig från hans egna. När han aktivt sökte sig till dessa personers sociala medier-konton insåg han att de hade fortsatt dela med sig av innehåll, utan att han hade tagit notis om det. Pariser drog slutsatsen att sociala mediers digitala algoritmer är utformade på ett sätt som gör att medieanvändaren utsätts för sådan information som den sympatiserar med. Algoritmerna hämtar information om vad medieanvändaren gillar och anpassar innehållet i ett skraddarsytt flöde som passar medieanvändarens preferenser och narrativ. Efter iakttagelserna kom Pariser att benämna fenomenet som filterbubbla. Begreppet innebär att den som är fast i sin filterbubbla är omedveten om vad som försiggår utanför den, och på så sätt ges en skev världsbild när det kommer till politiska åsikter och andra viktiga händelser som sker. Pariser menar att dessa filterbubblor riskerar att leda till en mindre demokratisk värld med stor åsiktpolarisering mellan olika grupper³².

Sociologen Jürgen Habermas har gett upphov till en teori som han kallar för Det offentliga rummet. Det går att dra paralleller mellan det som Habermas beskriver som Det offentliga rummet och vad Pariser kallar för filterbubbla. I boken *The Structural Transformation of the Public Sphere*

³¹ McQuail, D. Mass communication and the public interest: Towards social theory for media structure and performance. London: Sage Publications. 1994. (s. 73).

³² Pariser, E. The filter bubble: What the internet is hiding from you. New York: Penguin Group. 2011.

beskriver Habermas hur det offentliga rummet förändrats genom tiderna. Redan på 1700-talet möttes mäktiga politiska aktörer för att diskutera olika politiska frågor. För att medborgarna skulle hållas informerade uppdaterade man dem om vad de politiska diskussionerna mynnat ut i³³. Människor med liknande bakgrund från samma samhällsskikt möttes och diskuterade utan att ta del av vad människor i andra kretsar hade för åsikter eller perspektiv. I takt med massmediernas framväxt trodde forskare att den offentliga debatten skulle bli till för alla, inte endast för samhällets elitskikt³⁴. Förhoppningen var att massmedierna skulle spräcka hål på dåtidens filterbubbla, men även massmedierna dominerades av få röster som hade stor makt över vad som förmedlades³⁵. Pariser argumenterar för att digitaliseringen hade kunnat ge upphov till en mötesplats där människor med varierade bakgrund och åsikter hade kunnat mötas och skapa opinion, men att filterbubblor lett till att meningsmotståndare inte nås av samma information. Därav försvåras möjligheterna till en nyanserad debatt³⁶.

Teorin om filterbubblor är användbar i förståelsen för hur ungdomar konsumerar politiska nyheter. Den kan vara användbar när det kommer till att undersöka om och i vilken utsträckning respondenterna upplever att specifika politiska frågor får större utrymme i medierna än andra. Det är också relevant att undersöka vad respondenterna har för personliga upplevelser av den politiska nyhetsförmedlingen och huruvida de anser att nyheterna de tar del av får dem att känna sig uppdaterade om aktuella politiska frågor.

5.3 Teorin om Selektiv exponering (Selective exposure theory)

Teorin om Selektiv exponering innebär att vi människor helst använder medier på ett sätt som bekräftar vår bild av verkligheten och undviker sådant som inte är förenligt med våra tidigare övertygelser om världen. Vi tenderar att inhämta information som stödjer och bekräftar våra åsikter och försumma information som står i konflikt med dem³⁷.

Teorin utvecklades av sociologen Paul Lazarsfeld och kom senare att kompletteras av psykologen Leon Festingers teori om kognitiv dissonans. Den kognitiva dissonansen syftar till den obehagskänsla som kan uppstå hos mottagaren när mottagaren nås av flera motstridiga åsikter eller

³³ Habermas, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: The MIT Press. 1991. (s.151-153).

³⁴ McQuail, D. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications. 2010. (s. 151).

³⁵ Ibid.

³⁶ Pariser 2011, (s. 164).

³⁷ Hart, W. Albarracín, D. Eagly, A. Brechan, I. Lindberg, M. & Merrill, L. *Feeling Validated Versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information*. *Psychological Bulletin*. 2009. (s. 556).

attityder. Genom att motverka kognitiv dissonans förväntas mottagaren välja selektiv exponering och på så sätt undvika konflikt och bli mer tillfreds med sig själv. Teorin har kommit att bli flitigt använd i forskning kring online-beteende för att förstå och tolka varför människor agerar som de gör när de inhämtar information³⁸.

Strömbäck menar att det sker en undermedveten selektivitetsprocess hos publiken i samband med att vi tar del av information. Denna process är uppdelad i fyra olika segment;

1. Selektiv exponering, innebär att vi väljer information som vi vill exponeras för.
2. Selektiv uppmärksamhet, innebär vilken information av den vi exponeras för som vi väljer att uppmärksamma.
3. Selektiv perception, handlar om hur vi uppmärksammar informationen vi exponerats för och hur den påverkas av våra tidigare erfarenheter, åsikter och värderingar.
4. Selektiv hågkomst, innebär vad det är vi kommer ihåg efter att ha exponerats för information.

Efter selektivitetsprocessen är det en väldigt liten del av all den information som vi konsumerar som sedan läggs på minnet³⁹.

Genom att utgå från teorin om Selektiv exponering avser jag undersöka huruvida ungdomarna konsumerar information som stödjer eller bekräftar deras åsikter och om de reflekterar över den Selektiva exponeringen i sin vardagliga konsumtion av politiska nyheter.

5.4 Teoretiskt ramverk

Med hjälp av det teoretiska ramverket vill jag besvara följande frågeställningar:

- Hur konsumerar ungdomar politiska nyheter idag?
- Hur resonerar ungdomar kring politisk nyhetsförmedling i digitala medier?
- Anser ungdomarna att deras behov av politisk nyhetsförmedling tillgodoses idag?
- Är ungdomarna selektiva i sin konsumtion av politiska nyheter?

Därför vill jag sammanfatta hur jag avser använda mig av dem och hur de är sammankopplade med varandra.

³⁸ Ibid.

³⁹ Strömbäck, J. Makt, medier och samhälle. Kristianstad: Kristianstads Boktryckeri AB. 2009. (s. 92).

Först och främst vill jag undersöka hur respondenternas vardagliga nyhetsvanor ser ut samt var och i vilken utsträckning de konsumerar politiska nyheter. Det är intressant att undersöka eftersom tidigare forskning visat att det finns ett tydligt samband mellan ungas nyhetsvanor och politikintresse. Studierna visar att ungdomar konsumerar nyheter från tryckta tidningar, radio samt Tv i lägre utsträckning än den övriga befolkningen, däremot tenderar de att konsumera nyheter i sociala medier i betydligt högre utsträckning. Även om den sammanlagda nyhetskonsumtionen inte förändrats mycket kan man urskilja tecken på en större variation på individnivå. Dessutom visar forskning att ungdomar som har låg grad av politiskt intresse också har lågt generellt nyhetsanvändande, oavsett nyhetsmedium.

Genom att utgå från Användningsmodellen vill jag få ökad förståelse för hur ungdomarna konsumerar politiska nyheter. Genom att kombinera denna teori med teorin om Filterbubblan hoppas jag kunna urskilja mönster beträffande vilka nyheter ungdomarna intresseras av och vilka nyheter de undviker att ta del av. Teorin om Selektiv exponering kommer i sammanhanget in som en nödvändig komponent i förståelsen för varför identifikation kan utgöra en faktor till ökad polarisering bland nyhetsanvändarna. Genom att omge sig av människor man identifierar sig med ökar homogeniteten. Identifikation skapar ett mer homogent flöde, vilket i sin tur leder till ökad Selektiv exponering. I ett flöde där homogena åsikter får större utrymme är det naturligt att mindre dominant åsikter hamnar i skymundan.

6 Metod

I nedanstående kapitel kommer jag att redogöra för hur studien genomfördes och hur jag gick tillväga för att få fram den empiriska data som studien vilar på. Jag motiverar valet av metod, beskriver genomförandet och argumenterar för studiens urval. Slutligen diskuterar jag metodvalet ur ett kritiskt synsätt och lyfter fram för- och nackdelar som kan ha påverkat studien och dess resultat.

6.1 Val av metod

För att uppnå bästa möjliga resultat och besvara studiens frågeställningar valde jag att genomföra en kvalitativ studie. Detta val fattade jag då jag i studien valt att rikta in mig på att undersöka mönster och bakomliggande attityder till ungdomars politiska nyhetsvanor. För att genomföra en bra kvantitativ studie hade det krävts en omfattande mängd insamlad data från ett stort antal respondenter för att på så vis kunna dra generella slutsatser. Givet den tid som stått till förfogande valde jag att istället begränsa mig till en mindre grupp respondenter och fördjupa mig mer ingående i den information som gavs.

Genom att använda fokusgrupper som metod är avsikten att uppnå studiens syfte och undersöka ungdomars behov av politiska nyheter samt bakomliggande attityder. Metoden anses vara lämplig i undersökningar där man avser att studera innehåll, det vill säga gruppdeltagarnas egna åsikter, attityder, tankar, uppfattningar och argumentationer. Eftersom det är just innehållet i ungdomarnas resonemang som jag valt att fördjupa mig i är fokusgrupper en lämplig forskningsmetod⁴⁰. Dessutom anses fokusgrupper vara en lämplig metod när respondenterna består av ungdomar. Ungdomar tenderar nämligen att känna sig mer bekväma i grupp än i enskilda intervjuer och förhoppningen är att på så vis få dem att känna sig trygga nog att föra en öppen dialog. När intervjuerna kan ske på ungdomarnas villkor leder det ofta till att respondenterna vågar ta ordet mer obehindrat⁴¹.

Totalt har 15 stycken respondenter deltagit i studien. Dessa har delats in i tre olika fokusgrupper som bestått av både killar och tjejer. Syftet med metodvalet var att genomföra en mindre forskningsstudie, men med tillräckligt många respondenter per grupp för att synliggöra

⁴⁰ Wibeck, V. Fokusgrupper - om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur. 2010. (s. 21).

⁴¹ Ibid.

mönster från diskussionerna. Under arbetet med intervjuerna lade jag stor vikt vid att skapa en förtroendeingivande atmosfär för att få respondenterna att känna tillit till mig som forskare⁴².

6.2 Urval och avgränsning

Studiens urvalsprocess utgick ifrån ett explorativt tillvägagångssätt. Detta då målet med studien inte handlar om att nå ett resultat från ett tvärsnitt av ungdomar i högstadieåldern, utan snarare att söka nya mönster och undersökta perspektiv på ämnet⁴³. I studien *Svenskarna och internet* framgick att ungdomar i åldrarna 12-15 år har lägst dagstidningsläsande bland befolkningen i stort.⁴⁴ Därför är det relevant att närmare undersöka om och i vilken uträkning ungdomar i den specifika åldersgruppen tar del av politiska nyheter vilket är anledningen till varför valet föll på att studera ungdomar i samma ålderskategori. På så sätt vill jag få ökad förståelse för gruppens politiska nyhetsvanor och bidra med ny kunskap i ämnet som jag menar är förhållandevis outforskat.

Dagens högstadieungdomar står på gränsen till vuxenlivet och kommer bli röstberättigade inom några år. För att ungdomarna ska kunna fatta ett välavvägt beslut i samband med röstprocessen är det relevant att undersöka huruvida de kan tillskansa sig viktig samhällsinformation genom att fördjupa sig i deras politiska nyhetsvanor.

Efter praktiska överväganden valde jag att utgå ifrån ett bekvämlighetsurval, vilket innebär att jag i studien använt mig av respondenter som funnits tillgängliga i min närhet. En närstående till mig är själv i högstadieåldern och genom att ta hjälp av denna person kunde jag nå ut till jämnåriga studiekamrater. Jag fattade beslut om att utgå från ett bekvämlighetsurval för att förhålla mig till den tid som stått till förfogande i uppsatsarbetet⁴⁵.

För att få en olikartad grupp respondenter valde jag att intervjua både killar och tjejer. Jag gjorde dock övervägandet att inte lägga någon större vikt vid kön eller andra demografiska faktorer, då jag inte ansåg det vara av betydelse för studiens syfte. Fokus i undersökningen har inte varit att rikta in mig på vilka respondenterna är, utan snarare att urskilja vilka mönster det går att få fram med inriktning ungdomar i högstadieåldern. Ungdomarna som deltagit i studien går emellertid på samma skola i Stockholms innerstad och därför finns det en uppenbar risk för att

⁴² Denscombe, M. *Forskningshandboken - för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (fjärde upplagan). Lund: Studentlitteratur. 2018. (s. 271).

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Internetstiftelsen 2018.

⁴⁵ Ibid.

ungdomarnas socioekonomiska bakgrund är förhållandevis snarlik. Majoriteten av de boende i Stockholms innerstad har högre utbildning och inkomst än den genomsnittliga nivån i Sverige⁴⁶. Tidigare forskning har visat att högutbildade individer tar del av nyheter i högre utsträckning än lågutbildade och därför kan det tänkas vara så att barn boende i innerstaden har ett större kulturellt arv från föräldrarna än barn till lågutbildade⁴⁷. Därutöver har deltagande respondenter varierande intressen och det är uppenbart att dessa faktorer kan komma att påverka undersökningens resultat.

Ett alternativt sätt att utföra studien på hade kunnat vara att nå en mer heterogen grupp respondenter genom att göra ett urval med större geografisk spridning för att på så sätt inkludera respondenter med varierande socioekonomisk bakgrund. Detta var någonting jag reflekterade över men jag insåg att det skulle vara för tidskrävande att hitta en sammansättning av ungdomar där geografiska- och socioekonomiska förutsättningar skiljde sig åt och dessutom hade det riskerat att leda till en försämrad dynamik i fokusgruppsintervjuerna vilket är anledningen till att urvalet ser ut som det gör⁴⁸.

6.3 Etisk diskussion

I studien har jag tagit hänsyn till de forskningsetiska principer som Vetenskapsrådet tagit fram för humanistisk, samhällsvetenskaplig forskning. Dessa består av fyra huvudsakliga krav: Det första är samtyckeskravet som innebär att deltagarna ska medverka frivilligt och ha rätt att avbryta sitt deltagande när de vill. Informationskravet innebär att man ska informera dem om sina rättigheter muntligen och skriftligen. Konfidentialitetskravet innebär att deltagarna ska ha rätten att vara anonyma. Nyttjandekravet innebär att det ska framgå hur materialet samlas in, hur det ska bevaras och hur det ska användas⁴⁹.

Därutöver ska man som forskare ta hänsyn till vissa etiska aspekter i samband med intervjuer med barn under 15 år. En sådan aspekt är att både vårdnadshavare och barnet ska samtycka till medverkan. Eftersom flera av de deltagande respondenterna var under 15 år vid intervjutillfällena säkerställde jag mig om deras samtycke genom att kontakta dem i god tid innan intervjuerna skulle hållas. I samband med det uppmanade jag dem att tala med sina vårdnadshavare för att få deras godkännande om att medverka. När ungdomarna sedan återkom och meddelade deras egna- samt

⁴⁶ Ekonomisk standard, Folkhälsomyndigheten, 2020.

⁴⁷ Statens medieråd 2018.

⁴⁸ Wibeck, V. Fokusgrupper - om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur. 2010. (s. 21).

• ⁴⁹ God forskningssed, Vetenskapsrådet, Stockholm, 2017.

vårdnadshavarnas samtycke översände jag dem en samtyckesformulär innehållande information om deras rättigheter samt syftet med studien. När jag därefter utförde intervjuerna informerades dem även muntligt om deras rättigheter, att de kommer vara anonyma och att det material som spelas in och antecknas kommer raderas efter studiens färdigställande.

6.4 Genomförande

Studien består av tre stycken fokusgruppsintervjuer med fem medverkande respondenter i vardera grupp. Respektive intervju varade i cirka en timme och genomfördes via Zoom, med anledning av den rådande pandemisituationen som utesluter möjligheten till fysiska möten. Under intervjuerna användes inspelningsfunktionen i programmet för att kunna ta del av samtalen i efterhand, vilket också kändes betryggande för att inte gå miste om någon relevant information under tiden jag förde anteckningar. På så vis kunde jag vara mer närvarande i samtalen och ställa lämpliga följdfrågor för att skapa intressanta diskussioner i grupperna. Samtliga fokusgruppsintervjuer avslutades med en sammanfattning av det som sagts för att deltagarna skulle få möjlighet att lägga till eller korrigera eventuella misstolkningar. Det inspelade materialet transkriberades ordagrant dagen efter att intervjuerna hållits.

6.5 Metodkritik

Avseende generaliserbarheten i undersökningen kan ett motargument vara att det är för få respondenter för att kunna ge ett generaliserande resultat. Emellertid är syftet med studien inte att dra några generella slutsatser om en större befolkning, utan snarare att analysera de resultat som framkommit från fokusgrupperna. Därför kommer jag inte kunna generalisera kvantifierbara resultat, utan snarare undersöka vilka återkommande mönster som går att skönja. Syftet är att tolka och förstå mönster med hjälp av teoretiska perspektiv samt att lyfta fram och nyansera de mönster som redan finns, snarare än att lägga fokus på hur återkommande de är.

Studien bidrar således inte med någon empirisk kunskap om hur ungdomar som grupp konsumerar politiska nyheter eftersom jag inte undersöker den politiska nyhetskonsumtionen som sådan och inte heller utgår från ett slumpmässigt urval. Studien är en småskalig forskningsstudie som inte har som mål att göra anspråk på statistiskt generaliserbara resultat. Den kan däremot belysa synliga mönster av bakomliggande attityder kring ungdomarnas politiska nyhetskonsumtion och på så vis komplettera tidigare forskningsstudier i ämnet.

7 Resultat

I följande avsnitt diskuteras och analyseras studiens resultat. Det empiriska materialet är uppdelat i sju olika delar: Intresse av politiska nyheter, Användning av digitala verktyg, Nyhetskonsumtion i sociala medier, Nyhetskonsumtion i traditionella medier, Vänner och andra närståendes nyhetsvanor, Vikten av att vara uppdaterad, Attityder till källor och alternativa medier.

7.1 Intresse av politiska nyheter

Alla respondenter som deltog i studien uppgav att de hade ett lågt intresse av politiska nyheter. Ingen av respondenterna svarade att de aktivt tar del av politiska nyheter till vardags. Däremot berättade flera av dem att de utsätts för politiska nyheter som når dem utan att de aktivt söker efter nyheter. Flera av respondenterna menade att det förekommer politiska nyheter på fysiska reklamskyltar, i radio, på Tv, i dagstidningar och i sociala medier. Det kan röra sig om nyhetssändningar, reklamslag, sponsrade inlägg på sociala medier samt inlägg från influencers, politiker eller politiska partier. Majoriteten av respondenterna svarade att de aktivt tar del av nyheter mer sällan än en gång i veckan. Däremot utsätts respondenterna för politiska nyheter dagligen främst då de tar del av innehåll på sociala medier.

“Jag brukar ibland få upp reklam med politiska nyheter på min Instagram. Jag har sett många politiska partier och företrädare för dem på Tiktok och Instagram. Jag tror de rör sig på sociala medier eftersom det är där ungdomar finns idag. Jag tror de försöker nå ut till oss eftersom vi är de framtida väljarna.”

Flera av respondenterna svarade att de aktivt tar del av politiska nyheter när det rör en “större nyhet” som anses vara av “stort allmänintresse”. Exempel på sådana nyheter kan vara presidentvalet i USA, nyheter kopplat till val i Sverige eller nyheter rörande klimat och miljö.

“Jag konsumerar nyheter som rör större saker som exempelvis val. Jag är inte så intresserad av mindre mer oviktiga nyheter. På Instagram brukar det komma upp när Stefan Löfvén talar och jag följer FN.”

På frågan “Vad är en politisk nyhet för dig” svarade flera av dem att en politisk nyhet kan vara en nyhet som rör ett parti, en aktiv politiker eller andra frågor som diskuteras av politiska företrädare. Det fanns en utbredd samstämmighet om att miljöfrågor står högt upp på agendan och att de gärna konsumerar nyheter i ämnet, dock i “lagom” mängd. När jag frågade vad som menas

med "lagom" mängd svarade flera respondenter att man kan tröttna på ämnen som det skrivs mycket om i media. Exempelvis miljöalarmerande nyhetsuppdateringar som skapar ångest och oro hos mottagaren.

"Jag är väldigt intresserad av frågor rörande miljön. Det är vår framtid och vi måste kunna leva på den här jorden. Generellt sett är jag intresserad av sådant som påverkar oss."

Respondenterna var överens om att de är ointresserade av mindre politiska nyheter som de anser är oviktiga eller irrelevanta. Exempelvis nyhetsuppdateringar om partiledardebatter, lagförslag eller konflikter mellan olika politiska företrädare. Det fanns en samstämmighet om att sådana nyheter som de anser är irrelevanta också är lätta att undvika, till exempel genom att man scollar förbi och aktivt undviker att ta del av dessa.

"Jag brukar bläddra vidare i flödet och undvika sådant som jag är ointresserad av. Det är ganska enkelt att sälla bort sådan information som jag anser är irrelevant."

Samtidigt menade flera respondenter att de avgör vilka nyheter som är relevanta att ta del av genom att titta på vilka nyheter som återkommer. Ju mer en nyhet skrivs och talas om, desto mer relevant anser ungdomarna att den är.

"Sådana nyheter som upprepas ofta och som man hör folk prata om känns mer relevanta att ta del av."

Flera respondenter såg en problematik i att inte hålla sig uppdaterad om politiska nyheter. De menade att det blir svårt att föra sig i konversationer med närstående om man inte är införstådd i olika aktuella frågor. En respondent svarade att de är en nödvändighet att ta del av politiska nyheter för att vara allmänbildad inför det kommande arbetslivet.

"Om man söker jobb i framtiden vill man känna sig bildad och kvalificerad."

Flera respondenter underströk att det kan vara viktigt att ta del av aktuella nyheter för att hålla sig uppdaterad om aktuella samhällsfrågor, exempelvis nu i det rådande läget med en pågående COVID19-pandemi där nyhetsflödet fylls med dagliga politiska diskussioner om strategier för att minska smittspridningen.

"Det kan vara viktigt att hålla koll på läget. I dagens corona-situation är det nödvändigt att vara uppdaterad om gällande restriktioner och så vidare. Inte minst när det sker snabba förändringar som innebär att skolor stänger ner och verksamheter får begränsningar i antalet kunder."

7.2 Användning av digitala verktyg

Samtliga respondenter uppgav att de använder sig av flera olika digitala verktyg till vardags. Det rör sig om både mobiltelefon, dator, surfplatta och aktivitetsklocka och alla var överens om att de använder dessa verktyg under majoriteten av dygnets vakna timmar inklusive aktiva skoltimmar.

“Jag använder mig av mobil, iPad samt dator och jag har även en Apple Watch. Jag använder dessa verktyg flera gånger om dagen och vi arbetar med datorn hela dagarna i skolan.”

Därutöver var respondenterna överens om att de föredrar att konsumera nyheter via digitala medier. Några av fördelarna de uppgav med digitala medier är att man kan söka på ämnen eller ord som man är intresserad av. Därtill kan man sätta notiser på specifika ämnen för att uppmärksammas när något nytt publiceras på området.

“Jag tycker det är enklare att använda digitala medier än traditionella medier då man alltid har mobilen till hands. På digitala medier kan man googla och det är enklare att hitta den information man söker efter.”

Dessutom ansåg de att det är enklare att ta del av högupplösta bilder som det går att zooma in på genom några enkla knapptryck och därutöver går det att ändra textstorleken för att göra innehållet mer lättläst. Genom att ta del av nyheter på digitala medier kan man ibland ta del av filmer med koncis information, vilket inte är möjligt i papperstidningar.

“Digitala medier är mer tillgängliga och man kan förstora text och se bilder bättre. De blir skarpare och man kan ta del av videos på nätet som utspelar sig live när något händer. På så sätt kan man ta del av nyhetssändningar i realtid.”

Flera av respondenterna ansåg att den största fördelen med digitala medier är tillgängligheten. Eftersom man alltid bär mobiltelefonen med sig får man nyhetsuppdateringar direkt när en nyhet publiceras och man behöver således inte vänta på att ta del av innehållet. Samtliga respondenter uppgav att de hade en vana av att googla efter mer information om de läser en nyhet som intresserar dem och menar att det är lätt att sälla bland källor eftersom nyheter av högt intresse sorteras långt upp i Googles nyhetsflöde, med hjälp av algoritmer.

“Om det är en nyhet jag intresseras av brukar jag googla för att se vilka nyhetssajter som skrivit om händelsen. De källor som är mest relevanta brukar dyka upp högst upp i flödet.”

7.3 Nyhetskonsumtion i sociala medier

Samtliga respondenter uppgav att de konsumerar politiska nyheter genom sociala medier dagligen. Medierna som de hänvisar till är Instagram, Facebook, Snapchat, Tiktok och Youtube. Flera menade att det på dessa plattformar florerar mycket politiska nyheter från olika avsändare. Det kan ibland röra sig om betald reklam från partier eller andra organisationer som når dem genom utforskningarna, men även om nyheter från partier eller politikernas egna sociala-mediesidor. Därutöver uppgav flera respondenter att de har vänner som delar vidare politiska nyheter från sina individuella konton.

”På Instagram är det många av ens vänner som delar vidare politiska nyheter i sitt flöde och då kan man lätt bli influerad av vad dem tycker.”

Respondenterna uppgav att även influencers delar inlägg med politiska budskap. Respondenterna nämnde både Margaux Dietz och Therése Lindgren som två stora opinionsbildare som använder sina plattformar på Instagram och Youtube för att nå ut med politiskt innehåll.

”Jag tycker om Margaux Dietz och jag har tittat på hennes Youtube-program ”Partitempen”. Jag tror att många unga följer henne på Youtube och sociala medier och därför tror jag det är lätt att influeras av det hon delar. Åldern på hennes följarskala är nog mellan 12-25 år ungefär.”

”Jag följer Therese Lindgren och hon har haft frågestund med partiledare på sina sociala medier. Det är många unga människor som följer dessa influencers och jag tror de gör sådana initiativ för att ställa politiska frågor på ett lättförståeligt sätt som unga kan förstå och relatera till.”

Respondenterna uppgav att de tror att kända influencers använder sina plattformar för att nå ut med politiska budskap för att de vill bidra med kunskap om politik till yngre målgrupper eftersom dessa utgör de framtida väljarna. Flera respondenter höll med varandra om att det är lätt att influeras av sådant innehåll influencers delar eftersom många unga tenderar att se upp till dessa individer.

”Bara för att en känd person uttrycker åsikter är det inte självklart att man tycker likadant, men jag tror att unga människor med starkt förtroende till en känd person lätt påverkas av vad kändisen uttrycker och har åsikter om.”

En respondent menade att det i samband med val är extra mycket politik på sociala medier och att det känns som att det är mer politiska inlägg nu jämfört med vad det varit tidigare vilket kan bero på att det precis hållits ett omtalat presidentval i USA.

Respondenterna var överens om att de sett att både politiska partier och politiska företrädare har sidor på Facebook och Instagram men att de inte aktivt följer några sådana.

“Jag har sett att både politiker och politiska partier har sidor på sociala medier där de lägger upp bilder och filmer men jag följer ingen av dem. Nu när det nyligen varit val i USA har det varit extra mycket politik på sociala medier. Det känns som det är mer politiska inlägg nu än vad det varit tidigare”

Respondenterna uppgav att det är bra att både partier, politiska företrädare och nyhetssajter förekommer på sociala medier eftersom de på så sätt kan nå ut till en yngre målgrupp som inte har för vana att läsa papperstidningar. Generellt tyckte samtliga respondenter att nyheter som förekommer på sociala medier känns trovärdiga och att man vid osäkerhet kan agera källkritiskt genom att söka sig till flera källor som bekräftar informationen. Respondenterna menade däremot att man är lite mer kritisk till sådana uppgifter som förekommer på sociala medier eftersom det finns användare som avsiktligt överdriver för att väcka uppmärksamhet.

“Ser man samma nyhet på flera sidor känns det trovärdigt. Men man är lite mer vaksam för osanna uppgifter på sociala medier eftersom det finns många människor som försöker få uppmärksamhet.”

7.4 Nyhetskonsumention i traditionella medier

Samtliga respondenter uppgav att de konsumerar mycket få politiska nyheter i traditionella medier. Ingen av dem hade en prenumeration på fysiska tidningar i hemmet och ingen av respondenterna uppgav att de hade en vana av att läsa papperstidningar.

“Jag läser aldrig fysiska tidningar. Vi hade det hemma tidigare men nu har vi inte det längre.”

Några respondenter uppgav att deras föräldrar prenumererar på tidningstjänster digitalt, exempelvis Aftonbladet, Svenska Dagbladet och Readly. Detta var dock inget som respondenterna själva hade en vana av att konsumera.

“Mina föräldrar prenumererar på Aftonbladet, men jag brukar inte använda mig av den tjänsten.”

Generellt sett fanns det en ovilja till att betala för nyhetsabonnemang bland respondenterna. Flera av dem svarade att de inte har något behov av att betala för nyheter eftersom deras nyhetsbehov tillgodoses genom gratisnyheter.

“Det beror på vad det är för nyhetssida och vad det kostar. Men generellt sett ser jag inget behov av att betala för en nyhetstjänst. Jag betalar hellre för en sida där man kan kolla på film än en nyhetssajt.”

7.5 Vänner och andra närståendes nyhetsvanor

Samtliga respondenter var överens om att det är viktigt för dem vad deras vänner och andra närstående konsumerar för politiska nyheter. Flera uppgav att de vill ta del av samma nyheter som andra i deras närhet för att kunna diskutera aktuella frågor.

“Om man är med kompisar och familj vill man hänga med i samtalsämnen. Det är roligt att diskutera olika frågor med någon som är påläst.”

Flera respondenter ansåg att det var viktigt att ta del av politiska nyheter för att kunna hänga med och känna sig uppdaterad i de dagliga samtalen med sina närstående.

“Ja, det är viktigt för mig att ta del av politiska nyheter. Man vill ju inte vara den som inte kan någonting i klassen. Man vill känna sig allmänbildad och känna att man hänger med i nyhetsflödet.”

Alla respondenter uppgav att de skulle vara mer angelägna av att ta del av en politisk nyhet om någon av deras vänner delade den på sociala medier. Detta på grund av att de vill veta vad deras vänner tycker och då de anser nyheten ligga i deras egna intresse eftersom man ofta delar värderingar med sina närstående. Att en vän delar en nyhet på sociala medier ses således som ett tecken på att nyheten är mer viktig än andra aktuella nyheter.

“Ens vänner har ofta likvärdiga värderingar som en själv och därför kan det kännas intressant att ta del av sådant som de delar i sitt flöde. Jag tror att man påverkas av vad ens vänner tycker. Om ens vänner har delat en nyhet kanske man går in och kollar på den, eftersom man vill veta vad ens vänner tycker är bra eller dåligt.”

Flera respondenter uppgav att de brukar diskutera politiska frågor med sina vänner och i synnerhet större nyheter som rör särskilt viktiga frågor och som ges stort utrymme i medierna. Respondenterna var överens om att mindre viktiga frågor diskuteras i mycket liten utsträckning. Mindre viktiga nyheter kunde handla om vardagliga frågor som får liten spridning.

“Vi talade mycket om USA-valet. Alla jag pratade med delade i princip samma värderingar. Vi pratar främst om stora politiska nyheter och inte så mycket om vardagsfrågor. Vi har pratat ganska mycket om miljöfrågan, och vi talar även om politiska frågor på lektionerna i skolan.”

7.6 Vikten av att vara uppdaterad

Majoriteten av respondenterna uppgav att det var mycket viktigt för dem själva att känna sig uppdaterade om aktuella politiska nyheter. Detta då man vill känna sig uppdaterad och

allmänbildad i diskussioner och i mötet med andra människor. En av respondenterna menade att det inte var viktigt för hen själv att veta allt om aktuella ämnen.

“Man inte vill vara den som inte kan någonting i klassen. Man vill känna sig allmänbildad och att man hänger med i det dagliga nyhetsflödet”.

Flera respondenter uppgav att all den information som dyker upp i det dagliga nyhetsflödet kan bli stressande och dessutom störa än under skoldagen. Ingen av respondenterna uppgav att de använder sig av notisfunktionen i nyhetsapparna. Genom att undvika pushnotiser minskar stressen och på så vis kan man undvika störande inslag under skoldagen.

“Man blir stressad av att få notiser om olika händelser hela tiden, inte minst om nyheter som rör alarmerande klimatförändringar. Det framkallar ångest och stör än i skolarbetet. Man kan vara uppdaterad ibland, men inte hela tiden.”

“Jag har inga pushnotiser med nyhetsuppdateringar på mobilen för jag tycker det stör att få upp notiser hela tiden. Det avbryter ens vardag.”

7.7 Attityder till källor och alternativa medier

En respondent uppgav att hen upplever att det mesta av innehållet på sociala medier är trovärdigt eftersom hen förutsätter att influencers som delar vidare politiska nyheter hämtat sina uppgifter från trovärdiga källor. Hen avslutade resonemanget med att hen inte trodde att influencers hade delat vidare nyheter om de inte själva ansett innehållet vara riktigt. En annan respondent uppgav att hen upplever influencers vara trovärdiga och att de förmodligen gör omfattande research innan de delar en nyhet. Generellt uppgav majoriteten av respondenterna att politiska nyheter som förekommer på sociala medier känns trovärdiga.

“Nej, jag tror det mesta på sociala medier är trovärdigt. Jag antar att personer som sprider politiska nyheter har koll och att de har fått info från någon trovärdig källa. Om de inte hade trott på nyheterna själva tror jag inte att personerna hade spridit informationen vidare.”

Av resultaten framgick att det finns en generell samsyn bland respondenterna om att influencers är trovärdiga och att de har goda avsikter. Respondenterna var överens om att de tror att influencers delar vidare politiskt innehåll med syfte att informera ungdomar om viktiga samhällsfrågor och att de på så vis ägnar sig åt generell folkbildning. Detta var något som respondenterna ansåg ligga i båda parternas intresse, då influencers skapar engagemang hos sina följare och på så sätt driver trafik till sina kanaler samtidigt som följarna lär sig mer om viktiga samhällsfrågor.

”Jag tror influencers är trovärdiga och att de gör research innan de sprider nyheter vidare till sina följare.”

Majoriteten av respondenterna uppgav att de har fått undervisning om källkritik i skolan. Flera av respondenterna menade att de blivit mer vanligt med osanna uppgifter och att den främsta orsaken till det är att den tekniska utvecklingen lett till att mer information sprids på sociala medier där det är svårt att avgöra vem som är ursprungskälla. Å ena sidan ansåg respondenterna politiska nyheter på sociala medier vara mycket trovärdiga samtidigt som många av dem svarade att det blivit mer vanligt förekommande med osanna uppgifter i takt med den digitala utvecklingen.

”Vi läser om fake news i skolan och det har existerat sedan 1800-talet. Jag tror fake news har blivit mer vanligt i och med sociala medier och den tekniska utvecklingen. Det har blivit enklare att sprida osanningar och människor kan vara anonyma.”

8 Analys

I följande kapitel analyseras det empiriska material som framkommit i uppsatsens resultatdel. De mönster som gått en skönja presenteras löpande med studiens teoretiska ramverk samt tidigare forskning som utgångspunkt.

8.1 Analys av empiri

De mönster som kartlagts sammanställs i följande underrubriker: *Selektiv nyhetskonsumtion, Gruppträck och social tillhörighet, Attityder till källor* och *Behov av nyheter*.

8.1.1 Selektiv nyhetskonsumtion

Samtliga respondenter uppgav att de i första hand tar del av nyheter via digitala kanaler och i synnerhet i sociala medier. Om respondenterna intresseras av ett ämne som dyker upp i flödet tenderar de att söka efter bekräftande information, exempelvis på Google. På så sätt uppstår en risk för att respondenterna hamnar i en filterbubbla vilket betyder att de fastnar i ett isolerat perspektiv⁵⁰. Algoritmerna skapar ett personifierat flöde med innehåll anpassat efter mottagarens intressen. Det innebär att ungdomarna riskerar att fastna i en *ekokammare* om de endast väljer att ta del av sådant innehåll de redan känner till, sympatiserar med eller uppskattar⁵¹.

Av resultaten att döma sökte ungdomarna sällan aktivt efter nyheter, utan de nyheter de utsätts för är ofta sådana som de slumpmässigt exponeras för genom att exempelvis scrolla på telefonen. Dessa tendenser går att koppla till teorin om selektiv exponering, vilken innebär att medieanvändaren automatiskt exponeras för bekräftande information. Teorin innebär att unga inte alltid tar del av aktuella nyheter som trendar i nyhetsvärlden utan snarare utsätts för nyheter som bekräftar deras verklighetsuppfattning genom förekommande algoritmer. Istället för att bilda sig en egen uppfattning om vilka nyheter som är värda att ta del av leder den slumpmässiga exponeringen till att unga omedvetet styrs till specifika nyheter⁵². Detta är inget som ungdomarna själva kan påverka, eftersom algoritmerna analyserar deras onlinebeteende sedan tidigare. Däremot kan det vara viktigt att känna till hur algoritmerna fungerar så att man är medveten om

⁵⁰ Wohn, D. & Bowe, B. Micro Agenda Setters: The Effect of Social Media on Young Adults' Exposure to and Attitude Toward News. *Social Media + Society*, 2(1). 2016. (s. 3-4).

⁵¹ Bergström, A. & Wadbring, I. Människors nyhetskonsumtion. I *På väg mot medievärlden 2030* av (red) Nygren, G. & Wadbring, I. Lund: Studentlitteratur. 2019. (s. 300).

⁵² Strömbäck, J. Lever vi i parallella informationsvärldar? Politiska preferenser och selektiv exponering i svenska valrörelser. I *När makten står på spel* av (red) Johansson, B. och Truedsson L. Stockholm: Institutet för mediestudier. 2017. (s. 81).

att det kan vara viktigt att söka efter olika slags information för att minska risken för att hamna utanför verkligheten. Respondenterna som deltog i studien uppgav att de hade god kännedom om hur digitala algoritmer fungerar och att de inte såg någon större problematik kopplat till detta.

8.1.2 Gruppsyck och social tillhörighet

En noterbar aspekt som dök upp i resultatet var att respondenternas behov av nyhetsuppdatering styrdes mycket av sociala faktorer. Det vill säga en vilja att vara uppdaterad om politiska nyheter för att vara allmänbildad om vad som händer i samhället och kunna delta i sociala sammanhang. Detta går att bekräfta utifrån användningsmodellen som beskriver att ett av motiven bakom nyhetskonsumtion bottenar i ett behov av att känna social bekräftelse och tillhörighet. Teorin redogör att man gör aktiva val för att hålla sig uppdaterad om nyheter som berör och påverkar ens egna verklighet⁵³. Respondenterna uppgav att det var viktigt för dem själva att ta del av politiska nyheter för att inte känna sig utanför i deras vardagliga sociala kontext. Användningsmodellen kan förklara det genom att nyhetsanvändning är en grund för social interaktion, eftersom det kan vara ett sätt att knyta an till andra i ens närhet. Att vara uppdaterad och ha kunskap om aktuella nyheter kan vara ett bra utgångsläge för samtalsämnen och på så vis tillfredsställa ens sociala relationer⁵⁴.

Det finns således incitament utifrån sociala behov som får ungdomar att vilja ta del av mer nyheter; för att helt enkelt hålla sig uppdaterade om sådana nyheter som personer de följer tar del av, både vänner och andra influencers. Ett sådant handlande riskerar att leda till att ungdomar endast tar del av nyheter som trendar i samhället och inte själva reflekterar över varför de upplever en nyhet vara intressant. De delar vidare en politisk nyhet för att andra gör det, blir berörda av ett ämne för att andra blir det och samtalat med sina närstående för att inte hamna utanför. Om ungdomar främst väljer att följa sådana nyheter som trendar i samhället, och inte aktivt söker efter information, riskerar dem att få en skev verklighetsuppfattning⁵⁵.

8.1.3 Attityder till källor

Resultaten i studien visade att de flesta av de deltagande respondenterna ansåg att det var viktigt för dem *vem* som förmedlade en politisk nyhet. Flera av respondenterna menade att de i hög grad utsätts för politiska nyheter genom sociala medier och särskilt Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok och Snapchat nämndes. Nyheterna som förmedlas via dessa plattformar kommer

⁵³ McQuail 1994, (s. 318).

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Ibid.

oavsett om man aktivt söker efter dem eller inte och till stor del genom influencers. Informationen kan dyka upp både i “utforska-segmentet” där en algoritm bestämmer vad som ska visas, men även i ens personliga flöde i form av delningar från personer som man valt att följa. På frågan vilka influencers respondenterna följde som regelbundet delar politiskt innehåll omnämndes både Margaux Dietz och Therése Lindgren. I skrivande stund har Dietz 402 tusen följare på Instagram och 320 tusen prenumeranter på Youtube till skillnad från Lindgrens 1 miljon följare på Instagram och 1.05 miljoner prenumeranter på Youtube (2020-12-15). Flera av respondenterna uppgav att de ser upp till dessa opinionsbildare och att de troligen delar politiskt innehåll med syfte att nå ut till en yngre målgrupp som inte annars tar del av politik i särskilt hög utsträckning. På frågan hur trovärdiga influencers är som nyhetskällor svarade flera respondenter att de ansåg dem vara mycket trovärdiga och att de förutsätter att influencers gör omfattande research innan de delar information vidare till sina följare.

En problematik som flera respondenter kunde identifiera var att innehållet som influencers delar blir ett steg längre från originalkällan. Därmed ökar risken för *chinese whisper*, det vill säga att budskapet förändras ju längre det kommer från ursprungskällan. Enligt Falkheimer & Heide fungerar influencers och andra opinionsledare som informella ledare som andra människor, och i synnerhet unga, ser upp till. När dessa sprider olika budskap tenderar budskapen att anpassas efter mottagaren genom att de kryddas och vinklas. På så vis överensstämmer inte alltid informationen som återges med hur den faktiska verkligheten ser ut⁵⁶.

8.1.4 Behov av nyheter

Resultatet visade att respondenterna upplever att deras behov av politiska nyheter tillgodoses idag. Även om de inte har något stort intresse av att aktivt ta del av nyheter utsätts de ändå för nyheter slumpmässigt.

Respondenterna uppgav att de hade ett behov av att konsumera politiska nyheter som på ett eller annat sätt berör deras eget liv personligen. Ett återkommande mönster som gick att skönja var att respondenterna intresseras av större nyheter som i förlängningen påverkar dem själva eller deras framtid, exempelvis frågor rörande val eller miljö och klimat. Även detta går att koppla till användningsmodellen. Teorin förklarar att nyhetskonsumenter nyttjar nyhetsförmedlingen i medier på ett sätt som tillfredsställer deras egna behov. Respondenterna visade tendenser på att

⁵⁶ Falkheimer, J. & Heide, M. (2014). Strategisk kommunikation en introduktion. Johanneshov: MTM. 2014. (s. 86-87).

vilja konsumera nyheter utifrån vad som rör deras egen verklighet. Liknande mönster framkom i studien Nyhetens behag som presenterades i den tidigare forskningen. Även i den undersökningen verkar just eget intresse vara en bidragande faktor till vidare nyhetskonsumtion⁵⁷. Det finns en risk för att ungdomar som konsumerar nyheter utifrån egna intressen undviker nyheter som inte berör dem, vilket kan kopplas till teorin om selektiv exponering. Ungdomarna uppgav att de undviker sådana nyheter som ger dem ångest eller som de är ointresserade av⁵⁸. Det riskerar att bli ett demokratiskt problem ifall ungdomar aktivt undviker nyheter som ger dem ångest eftersom det kan leda till att de får en skev bild av hur verkligheten ser ut⁵⁹.

⁵⁷ Statens medieråd 2018.

⁵⁸ Hart et al. 2009, (s. 556-558).

⁵⁹ Wohn & Bowe 2016, (s. 3-4).

9 Slutdiskussion

I uppsatsens avslutande kapitel diskuteras studiens resultat. Inledningsvis sammanfattas studiens syfte och vad den kan tänkas bidra med till forskningen inom ämnet. Vidare beskrivs de huvudsakliga slutsatserna studien visat på. Avslutningsvis ges förslag till vidare forskning på området.

9.1 Sammanfattning och diskussion

Syftet med studien var att undersöka hur ungdomarnas konsumtion av politiska nyheter ser ut. Vidare var också syftet att undersöka vad respondenterna hade för behov av politiska nyheter, om behovet tillgodoses samt hur de resonerar kring sin politiska nyhetskonsumtion i digitala medier. Målet med studien var att få en bättre förståelse för hur dagens ungdomar konsumerar politiska nyheter. För att besvara syftet användes fyra frågeställningar; *Hur konsumerar ungdomar politiska nyheter idag?*, *Hur resonerar ungdomar kring politisk nyhetsförmedling i digitala medier?*, *Anser ungdomarna att deras behov av politisk nyhetsförmedling tillgodoses idag?* samt *Är ungdomarna selektiva i sin konsumtion av politiska nyheter?* Studiens empiriska resultat vilar på det material som framkommit från fokusgruppsintervjuer, där givande diskussioner bidragit till insikter i ämnet.

9.1.1 Besvarade frågeställningar

Hur konsumerar ungdomar politiska nyheter idag?

Ungdomarna konsumerar inga politiska nyheter i traditionella medier och mycket lite politiska nyheter i digitala medier. Majoriteten av respondenterna har en stark vilja att konsumera politiska nyheter, då de tycker att det är viktigt att hålla sig uppdaterad om samhället och sådant som i förlängningen påverkar dem själva. Däremot saknar de flesta respondenterna motivation att aktivt ta del av politiska nyheter. Behovet av att hålla sig uppdaterad hamnar således i skymundan till förmån för andra digitala sysselsättningar som lockar mer.

Ett tydligt mönster som framkom i resultaten var att respondenterna inte såg något behov av att betala för nyheter. Ungdomarna menade att de nyheter de nås av kostnadsfritt via olika digitala plattformar och sociala medier var tillräckliga för att ungdomarna skulle känna sig uppdaterade om samhället. Respondenternas konsumtion av politiska nyheter skedde sällan direkt, utan snarare genom någon annan i deras närhet, och på så vis kan de nås av viktiga politiska nyheter utan att

aktivt söka sig till dem. Därför såg inte respondenterna något behov av en betalprenumeration, utan de var nöjda med sättet de konsumerade nyheter på som det var.

Hur resonerar ungdomar kring politisk nyhetsförmedling i digitala medier?

Resultaten visar att ungdomarna har lite intresse av att konsumera politiska nyheter, men när de väl tar del av politiska nyheter föredrar de att göra det i digitala medier. De nyheter de tar del av utsätts dem ofta för slumpmässigt i flöden på sociala medier, exempelvis genom Instagram, Facebook eller Youtube. Ungdomarna uppgav många fördelar med att konsumera politiska nyheter i digitala medier. Exempelvis att digitala medier är mer lättillgängliga eftersom man når dem via mobiltelefonen som man ofta har nära till hands, men även att nyheterna når en direkt när de publiceras till skillnad från i dagstidningar som går i tryck en gång per dag. Dessutom går det att söka efter mer information om ett sådant behov uppstår. Därtill lägger ungdomarna stor vikt vid att bilder är av högre kvalitet i digitala medier och att vissa nyheter publiceras i videoformat. Detta tyder på att ungdomarna föredrar att konsumera nyheter i bild- eller videoformat.

Ungdomarna föredrar att ta del av snabba, korta nyheter och om de i ett senare skede upplever ett behov av att veta mer handlar det oftast om nyheter som de anser vara av större och viktigare karaktär som rör dem personligen. Om behovet av att ta del av mer information uppkommer har ungdomarna en vana av att googla med hjälp av sökord. På så sätt upplever ungdomarna att det går att sälla ut relevant information i medieflödet eftersom algoritmer bidrar till att rangordna nyheter. Nyheter av viktig karaktär tenderar att hamna längre upp i flödet eftersom många andra Internet-användare klickat på dessa länkar tidigare. På så sätt menar ungdomarna att mindre viktiga nyheter och osanna uppgifter sorteras bort då dessa hamnar längre ner i Googles sökflöde. Respondenterna har inga tydliga medievanor och anser inte att de har något behov av att förändra sättet de konsumerar politiska nyheter på även om majoriteten av ungdomarna uttrycker en önskan om att vara mer uppdaterade och pålästa om aktuella frågor än vad de är i dagsläget.

En bakomliggande faktor till att ungdomarna ska vilja läsa mer om en nyhet grundar sig ofta i att nyheten ska vara av stort allmänintresse och talas om i hög utsträckning. Nyheter som många talar om anses vara av viktigare karaktär jämfört med andra nyheter av lägre allmänintresse. Ungdomarna berörs mycket av vem som förmedlar en nyhet och känner ett större behov av att ta del av politiska nyheter som någon de ser upp till förmedlar, exempelvis en vän eller en influencer.

Detta tyder på att de i synnerhet konsumerar nyheter utifrån sociala skäl för att hänga med i aktuella ämnen och kunna föra sig i vardagliga samtal med närstående.

Anser ungdomarna att deras behov av politisk nyhetsförmedling tillgodoses idag?

Resultatet visar att respondenterna är förhållandevis medvetna om deras behov av politisk nyhetskonsumtion. De vill ta del av politiska nyheter för att kunna hålla sig uppdaterade, föra sig i samtal med vänner och andra närstående och för att känna sig allmänbildade och kvalificerade inför det framtida arbetslivet. Däremot saknar ungdomarna motivation till att aktivt söka efter nyheter, men deras behov av nyheter tillgodoses ändå då de ofta utsätts för nyheter slumpmässigt utan att behöva söka sig till dem. Även om respondenternas behov tillgodoses idag, upplever de flesta av dem en önskan om att ta del av ännu mer politiska nyheter. Det finns således en strävan om att hålla sig mer uppdaterad, men saknas tillräckligt med motivation för att göra slag i saken.

Är ungdomarna selektiva i sin konsumtion av politiska nyheter?

I resultaten framkom tendenser på att respondenterna är selektiva i sin konsumtion av politiska nyheter. I diskussionerna framgick att ungdomarna är selektiva i valet av nyhetsmedier och de flesta uppgav att de främst tar del av nyheter via flödet i sociala medier. Ungdomarna är främst intresserade av nyheter som de anser är av viktigare karaktär och som avser stora händelser som i förlängningen påverkar dem personligen. Dessutom är respondenterna mer angelägna om att ta del av nyheter som delas av någon som de känner stort förtroende för, exempelvis en vän eller en influencer. Ungdomarna menar att de är förhållandevis enkelt att undvika sådana nyheter som de är ointresserade av genom att scrolla vidare i flödet eller att undvika att trycka på vissa länkar i sökflödet. Ungdomarna har en vana av att googla efter mer information som avser en nyhet som de är intresserade av. När de gör en sökning föredrar de att använda sig av Google som sökmotor. Ungdomarna uppgav att de gör selektiva val i vilka länkar de klickar på genom att undvika länkar som presenteras längre ner i sökflödet. Anledningen till att de undviker länkar som presenteras längre ner är för att dessa anses vara mindre relevanta. Respondenterna tenderar snarare att klicka på länkar högre upp som många andra klickat på innan och på så sätt bedömer respondenterna olika källors trovärdighet.

9.2 Förslag till vidare forskning

Under uppsatsarbetets gång har det uppstått intressanta tankar på vidare studier inom ämnesområdet. Jag valde att fördjupa mig i hur ungdomar i högstadieåldern konsumerar politiska nyheter eftersom jag ansåg att det saknades forskning på området. Det finns omfattande studier som avser ungdomars medie- och nyhetsvanor men få som berör just politisk nyhetskonsumtion. Jag var nyfiken på att undersöka vad ungdomarna själva hade för tankar och reflektioner om sin egna politiska nyhetskonsumtion. Jag menar att det är angeläget att undersöka bakomliggande strukturer i ett ständigt föränderligt medieklimat. Eftersom dagens ungdomar är framtidens väljare är det viktigt att studera hur och i vilken omfattning de når av politiska nyheter. Om politiken misslyckas med att nå ut till en yngre målgrupp kan det komma att bli ett demokratiskt problem.

Studien visar att deltagande respondenter vill känna sig uppdaterade och veta om vad som händer runt omkring dem. Ändå tar de del av politiska nyheter i mycket liten utsträckning. En anledning till detta kan vara att journalistiken och politiken misslyckas med att paketera nyheterna i ett format som anpassas till en yngre målgrupp, inte minst då dagens ungdomar konsumerar nyheter via traditionella medier i allt lägre utsträckning. Det hade därför varit av betydelse att genomföra en mer storskalig studie som omfattar betydligt fler respondenter för att undersöka om det går att dra några generaliserbara slutsatser. En sådan studie skulle kunna bli ett värdefullt bidrag både för mediebolag och politiska aktörer i arbetet med att nå ut med viktiga budskap till en bredare massa. Min studie har bidragit till att *undersöka* ungdomars egna reflektioner om deras politiska nyhetskonsumtion. Mer omfattande studier skulle kunna ge ökad förståelse för hur unga väljer att konsumera politiska nyheter genom att istället *förklara* varför de handlar som de gör.

10 Referenser

10.1 Digitala källor

Folkhälsomyndigheten. *Ekonomisk standard*.

(<https://www.folkhalsomyndigheten.se/folkhalsorapportering-statistik/tolkad-rapportering/folkhalsans-utveckling/resultat/livsvillkor/ekonomisk-standard/>). 2020. Hämtad 17-01-2021.

Internetstiftelsen. *Svenskarna och Internet 2018*.

(https://internetstiftelsen.se/docs/Svenskarna_och_internet_2018.pdf). 2018. Hämtad 03-01-2021.

Nordicom Sverige. *Mediebarometer 2018*.

(https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/nordicom_sveriges_mediebarometer_2018.pdf?file=1&type=node&id=40345&force=0). 2018. Hämtad 03-01-2021.

Statens medieråd. *Nyhetens behag - svenska barn och ungdomars nyhetsanvändning*.

(<https://statensmedierad.se/download/18.d5c66616b31a342c475541/1560163158821/Nyhetens%20behag%20Svenska%20barns%20och%20ungdomars%20nyhetsanv%C3%A4ndning.pdf>). 2018. Hämtad 03-01-2021.

Vetenskapsrådet. *God forsknings sed*.

(<https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2017-08-29-god-forskningssed.html>). 2017. Hämtad 17-01-2021.

10.2 Tryckta källor

Appelgren, E. & Leckner, S. *Tröga processer i en snabb medievärld. I På väg mot medievärlden 2030* av (red) Nygren, G. & Wadbring, I. Lund: Studentlitteratur. 2019. (s. 31-52).

Baker, C. Edwin, *Media concentration and democracy: why ownership matters*, Cambridge University Press, Cambridge. 2007.

Belfrage, M. *Både slumpmässig och planerad - ungas nyhetskonsumtion i sociala medier*. (Arbetsrapport nr. 74; ISSN 1101-4679). Göteborg: Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation. 2016.

- Bergström, A. & Wadbring, I. *Människors nyhetskonsumtion*. I *På väg mot medievärlden 2030* av (red) Nygren, G. & Wadbring, I. Lund: Studentlitteratur. 2019. (s. 291-306).
- Blumer, J. Katz, E. & Gurevitch, M. *Uses and Gratifications Research*. *The Public Opinion Quarterly*. 37(4). 1974. (s. 509-523).
- Chan-Olmsted, S., Rim, H., & Zerba, A. *Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1). 2013. (s. 126-147).
- Denscombe, M. *Forskningshandboken - för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* (fjärde upplagan). Lund: Studentlitteratur. 2018.
- Falkheimer, J. & Heide, M. *Strategisk kommunikation en introduktion*. Johanneshov: MTM. 2014.
- Färdigh, M. & Sternvik, J. *Svenska folkets nyhetsvanor*. I (red) Holmberg, S. & Weibull, L. *Skilda världar: trettioåtta kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: Göteborgs universitet, SOM-institutet. 2008. (s. 301–312).
- Grusell, M. & Nord, L. *Syftet är alltid att få spinn*. *Studier i Politisk Kommunikation*. Sundsvall: Demokratiinstitutet Demicom. 2009.
- Habermas, J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: The MIT Press. 1991.
- Hadenius, S. Weibull, L. & Wadbring, I. *Massmedier: press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. 10., uppdaterade uppl. Stockholm: Ekerlid. 2011.
- Hart, W. Albarracín, D. Eagly, A. Brechan, I. Lindberg, M. & Merrill, L. *Feeling Validated Versus Being Correct: A Meta-Analysis of Selective Exposure to Information*. *Psychological Bulletin*. 2009. (s. 555-588).
- McCombs, M. & Shaw, D. *The Agenda-setting Function of the Mass Media*. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2). 1972. (s. 176-187).
- McQuail, D. *Mass communication and the public interest: Towards social theory for media structure and performance*. London: Sage Publications. 1994.
- McQuail, D. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications. 2010.
- Nygren, G. & Wadbring, I. (red.) *På väg mot medievärlden 2030: journalistikens villkor och utmaningar*. Sjätte upplagan. Lund: Studentlitteratur. 2019.
- Pariser, E. *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. New York: Penguin Group. 2011.
- Strömbäck, J. *Makt, medier och samhälle*. Kristianstad: Kristianstads Boktryckeri AB. 2009.

Strömbäck, J. *Lever vi i parallella informationsvärldar? Politiska preferenser och selektiv exponering i svenska valrörelser*. I *När makten står på spel* av (red) Johansson, B. och Truedsson L. Stockholm: Institutet för mediestudier. 2017. (s. 80-115).

Wibeck, V. *Fokusgrupper - om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur. 2010.

Wohn, D. & Bowe, B. *Micro Agenda Setters: The Effect of Social Media on Young Adults' Exposure to and Attitude Toward News*. 2(1). 2016. (s. 1-12).

11 Bilagor

11.1 Bilaga 1: Intervjumanual

Uppvärmning: namn, ålder, utbildning och så vidare.

Del 1: Nyhetsvanor

- Vad är en politisk nyhet för dig?

- Tar du del av politiska nyheter?

- Om ja, var tar du normalt sett del av dessa nyheter?

-Om ja, i vilken utsträckning konsumerar du politiska nyheter?

- Var formas dina åsikter om politiska ämnen?

- Vilka politiska nyheter är du intresserad av?

- Upplever du att det är svårt att navigera i dagens "informationsflöde"?

- Läser du nyheter på alternativa medier eller exempelvis Flashback?

- Hur reflekterar du kring källkritik och trovärdighet?

- Tänk dig ett scenario där du till exempel får höra:

... att ett parti vill utvisa alla dömda brottslingar.

... att USA fått en ny president.

- Var söker du efter nyheter kring detta?

- Varför just på detta sätt?

Del 2: Användning av digitala verktyg

- Vad använder du för digitala verktyg? (Exempelvis mobiltelefon, läsplatta, dator)

-Hur ofta använder du digitala verktyg för att konsumera politiska nyheter?

- Har du någon nedladdad nyhetsapp på telefonen/ipaden?

- *Om ja, varför?*

- *Hur ofta går du aktivt in och läser dessa nyheter?*

- Tar du del av politiska nyheter via traditionella medier?

-*Om ja, vilka medier söker du dig till och hur ofta?*

-*Om ja, hur ser du på traditionella medier som nyhetskälla vs. digitala medier?*

- Händer det att du tar del av politiska nyheter på sociala medier?

-*Om ja, anser du att politiska nyheter på sociala medier är trovärdiga?*

-*Om ja, följer du några opinionsbildare eller influencers som sprider politiska nyheter?*

- Följer du någon nyhetssajt på sociala medier, så som Instagram/Twitter?

- Följer du några politiska partier på sociala medier, så som Instagram/Twitter?

Del 3: Attityder & behov

- Betalar du för någon slags nyhetsprenumeration?

- *Varför/varför inte?*

- Är det viktigt för dig att vara uppdaterad med vad som händer politiskt i världen?

- *Varför/varför inte?*

- *Ser du någon problematik med att inte vara det?*

- Är det viktigt för dig vad dina vänner tar del av för politiska nyheter?

- *Varför/varför inte?*

- Är det viktigt för dig vad personer du ser upp till tar del av för politiska nyheter?

- *Varför/varför inte?*

- Spelar det roll för dig om någon av dina vänner har delat/kommenterat nyheter på nätet? (Blir du mer intresserad/ointeresserad)

- *Varför/varför inte?*

- Brukar du diskutera olika politiska nyheter med dina vänner?
- Är det några politiska nyheter du är ointresserad av?

- *Om ja, försöker du isåfall aktivt undvika dessa?*

- Känner du att du kan hålla dig uppdaterad i olika politiska frågor?

- *Skulle du önska att du tog del av mer/mindre politiska nyheter?*

11.2 Bilaga 2: Skriftligt samtycke till medverkan i intervjustudie

“Sociala medier - ett bubbelbad av filterbubblor

En kvalitativ studie av svenska ungdomars konsumtion av politiska nyheter”

Jag har informerats om studiens syfte samt om hur informationen samlas in och bearbetas. Jag har även informerats om att mitt deltagande är frivilligt och att jag, när jag vill, kan avbryta min medverkan i studien utan att ange orsak. Jag samtycker härmed till att medverka i denna intervjustudie som handlar om ungdomars konsumtion av politiska nyheter.

Ort/Datum/År:

Namnunderskrift:

Namnförtydligande:

Kontakt:

Namn: Marie-Therése Arén

Tel: 0766 277 482

Email: t.aren@hotmail.com