

Unga nyheter

Unga reflekterar kring nyheter och nyhetsvanor

Jeanette Lozanovski och Ingela Wadbring



Unga nyheter

Unga reflekterar kring nyheter och nyhetsvanor

Jeanette Lozanovski & Ingela Wadbring

DEMICOM
Mittuniversitetet
2013

Författare: Jeanette Lozanovski & Ingela Wadbring
Titel: Unga nyheter. Unga reflekterar kring nyheter och nyhetsvanor
Utgiven av: DEMICOM, Mittuniversitetet, År 2013, Sundsvall
Rapportserie: nr 12
ISBN 978-91-87103-90-2
© Författarna och Mittuniversitetet År 2013
www.miun.se/demicom

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord	5	
DEL I UTGÅNGSPUNKTER		
Inledning	9	
De unga i mediasamhället	11	
Att växa upp och ingå i ett sammanhang	11	
Ålder: en fråga om livscykel eller generation?	14	
Rutiner, vanor och funktioner	16	
Konkurrens och komplement mellan gammalt och nytt?	17	
Vad är en nyhet och var kommer den ifrån?	19	
Traditionell nyhetsförmedling	19	
Sociala medier och sociala människor som nyhetsförmedlare	19	
Att själv delta i nyhetsförmedlingen	20	
Förtroendet för olika slags medier	21	
DEL II GYMNASISTER, MEDIER OCH VARDAGAR		23
Studiens syfte och genomförande	25	
Syfte och frågeställningar	25	
Genomförande	25	
Metodologisk utvärdering	26	
Nyheter i ungas vardagar	27	
En vanlig dag	27	
Nyheterna i vardagen	30	
Sociala medier i vardagen	37	
Unga och nyheter som fenomen	41	
Nära och långt bort	41	
Nyheter och allmänbildning	43	
Ställer dagens unga nya krav på deltagande?	47	
Traditionella medier viktiga när något händer	48	
Unga människors förhållningssätt till nyheter	50	
Ungas rutiner, vanor och nyheternas plats i vardagen	50	
Fenomenet nyheter i traditionella och sociala medier	50	
Unga nyhetskonsumenter och framtiden	51	
DEL III TEKNIKALITETER		53
Referenser	55	
Bilaga 1 – Enkäten	59	
Bilaga 2 – Intervjuguiden	61	
Bilaga 3 – Dagboksbladen	63	
Rapporter från Demicom	64	

FÖRORD

Sedan 1979 har forskningsprogrammet Dagspresskollegiet studerat hur människor använder olika slags medier. Från början handlade det om dagspress, men uppdraget har sedan vidgats till att omfatta alla slags medier. Fokus är emellertid genomgående nyhetsmedier. Det innebär att det i dagsläget finns långa tidsserier av hur nyhetskonsumtionen förändrats. I de flesta fall finns det dessutom ”nollmätningar” från då nya medieformer introducerats, vilket inneburit att de kunnat följas från start – som morgon-tv, dagliga gratistidningar och internet. Merparten av de analyser som gjorts utifrån tidsserierna finns publicerade i de årliga SOM-undersökningarna som ges ut av SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Samtidigt är det något som saknas i de långa tidsserierna; människor av kött och blod. Även om vi vet mycket om människors beteende på aggregerad nivå, hur det ser ut i olika befolkningsgrupper och så vidare, så vet vi inte bevekelsegrunderna till varför beteenden och attityder ser ut som de gör. En studie som den föreliggande är tänkt att åtminstone råda viss bot på det.

Vi har valt att fokusera unga människor, det vill säga de som de traditionella medierna har svårt att nå – åtminstone på de traditionella plattformarna – och som är vår framtid. Vårt val föll därför på att diskutera nyheter och nyhetskonsumtion med gymnasieungdomar från olika typer av gymnasieprogram.

Den empiriska insamlingen har gjorts av Jeanette Lozanovski, medan vi båda ansvarar för texten och slutsatserna.

Sundsvall i maj 2013

Ingela Wadbring
Programansvarig för Dagspresskollegiet

DEL I

UTGÅNGSPUNKTER

INLEDNING

Medielandskapet förändras i rask takt; det står klart för alla och envar som har tillstympelse till medieintresse. Vilka konsekvenser omvandlingen kommer att ha vet vi av naturliga skäl mindre om. Genom att titta bakåt i historien kan man få en viss vägledning om hur det kan komma att se ut också de närmaste åren, men den kristallkula som alla skulle vilja ha, den finns dessvärre inte. Ett sätt att försöka närma sig framtiden är att analysera hur ungdomar ser på sin mediekonsumtion idag, och vad de tror om framtiden. Det har vi för avsikt att göra i den här rapporten.

Medierna har traditionellt tilldelats en viktig roll i det svenska samhället. Från början organiserades radio och tv som public service-företag i allmänhetens tjänst, och på pressidan finns presstödet; i båda fallen säger det en del om den vikt som statsmakterna tillmätte och fortfarande tillmäter de stora medier.

Sedan slutet av 1980-talet har det emellertid skett en uppluckring. Det var då vi fick kommersiella radio- och tv-kanaler, och i mitten av 1990-talet kom dagliga gratistidningar och internet. De nya radio- och tv-kanalerna liksom de dagliga gratistidningarna har på intet sätt omkullkastat mediasystemet, men internet är något mer, något annat, något nytt. Internet finns dessutom på många plattformar, där datorn var den första men där läsplattor och mobiler också kommit att bli mycket viktiga. Om vi tidigare talat om massmedier, där ett medium talar till en massa människor, så talar vi idag snarare om interaktivitet och sociala medier där människor talar med varandra. Samtidigt finns förstås de stora massmedierna kvar, och även om deras ställning försvagats de senaste decennierna står de fortfarande relativt starka.

Kanske är makten över dagordningen inte radikalt förändrad än, men hur ser det ut om 10 år? De unga som är uppvuxna med sociala medier som en självklarhet kommer troligen att ha andra idéer om hur deras medie- och nyhetsmix ska se ut när de blir vuxna. Det innebär att det traditionella synsättet om mediernas självklara roll i demokratin riskerar att få sig en törn. Om gränserna mellan producenter och konsumenter av medieinnehåll inte längre är tydliga och om alltfler väljer bort nyheter – hur ska vi då betrakta mediernas roll i samhället? Om få tar del av samma nyheter utan istället skapar olika agendor, kan vi då mötas? Eller är det kanske snarare så att det är omöjligt att stå utanför nyhetsflödet om man finns i de sociala medierna?

Det är frågor som inte har några självklara svar, men som vi ska återkomma till i slutet av den här rapporten. Innan dess ska vi emellertid arbeta med frågor som åtminstone i viss mån har svar. Det vi primärt är intresserade av i denna rapport är de unga: Vad gör de, hur tänker de, vad tycker de? Det finns olika sätt att betrakta de unga på. Många forskare pratar om de unga som en generation med väldigt särskilda kännetecken som skiljer dem från alla tidigare generationer. Andra menar att de unga i ganska stor utsträckning tar efter äldres bete-

enden och attityder när de blir äldre och att dagens unga faktiskt inte är så speciella alls. De kommer också att bli vuxna.

Det är frågor som vi ska diskutera vidare, men vi ska inleda med en betraktelse över unga i dagens mediasamhälle och hur mediekonsumtion och attityder till medier och nyheter kan betraktas i största allmänhet. Efter det följer vår egen empiriska studie där ett antal gymnasieungdomar står i fokus. Rapporten avslutas med en diskussion om medier, nyheter och unga.

DE UNGA I MEDIESAMHÄLLET

Medierna i ett demokratiskt samhällssystem har ett ansvar att tillhandahålla information till medborgarna för att skapa de grundläggande demokratiska förutsättningar som engagerade och upplysta medborgare behöver ha för att kunna ta del av samhällsdebatten (Iyengar, 2011; McQuail 2010). Av ett sådant normativt förhållningssätt följer att människor i så fall också har ett ansvar att ta del av det innehåll som medierna tillhandahåller. Många gör det, men vi vet att unga gör det i mycket mindre utsträckning än äldre – och skillnaderna har ökat över tid.

Mediekonsumtionen i Sverige var länge stabil, då vi levde i ett såväl kulturellt som etniskt homogent samhälle. Så ser samhället inte ut längre utan det har radikalt förändrats de senaste decennierna. Det är en utveckling som ligger utanför medierna, men som har betydelse för hur medierna kan utvecklas och för hur vi som människor förhåller oss till dem.

Det förändrade medielandskapet i sig är förstås en viktig faktor som radikalt har förändrat vår medieanvändning. Tidigare var mediekonsumtionen nästan helt knuten till hemmet – det var där man hade tv:n, radion eller papperstidningen. Idag kan man konsumera medier och nyheter när och var som helst vilket gör medieanvändningen mindre rutinmässig än tidigare (Sternvik, 2010).

I detta kapitel ska vi diskutera såväl strukturella som individuella villkor som är viktiga för att förstå hur och varför mediekonsumtionen ser ut som den gör.

Att växa upp och ingå i ett sammanhang

Inledningsvis tar vi upp de strukturella villkor som har betydelse för hur vi blir de vi blir. Det handlar med andra ord om sådant som vi har svårt att påverka själva, som exempelvis vilken typ av familj vi växer upp i.

Vi föds in i en familj, ett samhälle, ett liv, en värld. Alla människor formas och påverkas av många olika faktorer som lägger grunden för hur vi som individer ska tolka samhällets olika koder och hantera olika situationer som uppstår i vardagen. Ramar hjälper oss att navigera i det sociala samhället och visar hur vi ska uppföra oss och på bästa möjliga sätt passa in i samhällskontexten. Den process som individen genomgår för att skaffa sig just dessa färdigheter och kunskaper kallas socialisation (Giddens, 2007).

Under vår utveckling stöter vi på olika så kallade socialisationsagenter som hjälper oss att avkoda samhället så att vi passar in. Dessa är olika beroende på var i processen vi befinner oss. Familjen är den primära socialisationsagenten, som lägger grunden för att vårt beteende ska passa in i samhället. Barn har som bekant en förmåga att anpassa sig väldigt snabbt till olika situationer, de anammar de beteendemönster som är typiska för den närmaste familjen, som ofta består av föräldrar och syskon.

Sekundära socialisationsagenter finns utanför hemmet. Skolan och vänner spelar stor roll då barn och ungdomar skapar sin egen sociala värld och där olika relationer påverkar dem. Ytterligare en socialisationsagent är medierna. Utan att överdriva spelar medierna idag en stor roll när det gäller människors syn på verkligheten och spelar därmed en central roll för vilken världsbild vi har (Giddens 2007). Inte minst gäller det kunskap om hur ett demokratiskt samhälle fungerar och vilka spelregler som gäller i ett sådant.

Den socioekonomiska bakgrunden har betydelse för om och hur medierna kommer in i familjens vardagsliv (Schofield Clark, 2011; Wadbring & Weibull, 2013). Medietillgången i hemmet har förstås i sin tur betydelse för ungas medieanvändning. Ett exempel kan hämtas från studier som studerat tidningskonsumtion och funnit att föräldrarnas rutiner ifråga om tidningsläsandet har ett starkt samband med ungas attityd till tidningar och tidningsläsande. En intressant iakttagelse i studien är att unga ofta diskuterade det de hade läst i tidningen med en tredje person – gärna en familjemedlem. Aktiva diskussioner om tidningsinnehållet i hemmet och i vardagen genererar också ett större samhällsintresse hos de unga (Boyd et al, 2011; Raeymaeckers, 2002; Wadbring & Weibull, 2011).

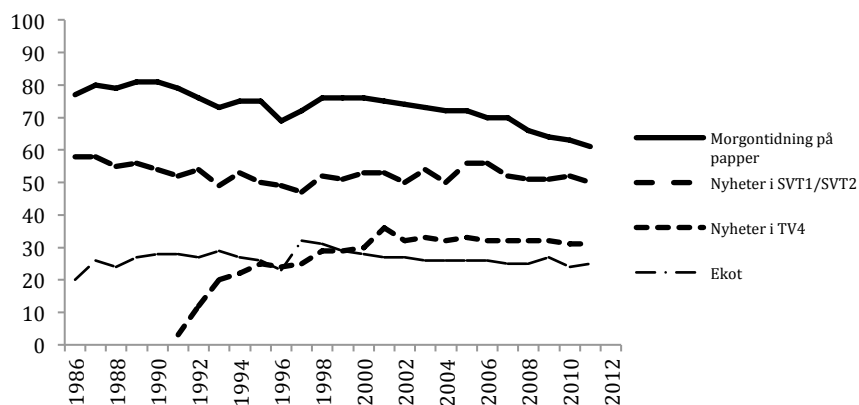
Ett annat exempel på forskning visar att föräldrars utbildning spelar roll då förskolebarn med högutbildade föräldrar blir internetanvändare mycket tidigare än andra och därmed får ett försprång när de börjar skolan. Högutbildade föräldrar har dessutom ekonomiska möjligheter att förse hushållet med den senaste tekniken vilket ger deras barn försprång i valet av olika medieplattformar (Findhahl, 2009).

De forskningsresultat som redovisats ovan indikerar att föräldrarna har ett stort ansvar att rusta sina barn till att bli engagerade nyhetskonsumenter och därmed öka deras samhällsintresse och att bli aktiva medborgare. Även om det kan låta en smula snusförnuftigt, så finns det definitivt en norm i samhället att välinformerade medborgare är goda medborgare. Det är de välinformerade medborgarna som har förutsättningar att delta i den politiska debatten, ha välgrundade värderingar och åsikter om samhällsfenomen och politik (t.ex. Aalberg & Curran, 2011; Sternvik, Weibull & Nilsson, 2005).

Dagens stora medieutbud gör emellertid att det är lätt att välja bort nyheter. Den som inte intresserade av nyheter och samhällsfrågor kan välja annat medieinnehåll i ett obegränsat utbud (jfr Prior, 2007). Andelen människor som väljer att stå utanför nyhetskonsumtionen ökar, även om gruppen fortfarande är relativt liten i Sverige (Shehata & Wadbring, 2012, Strömbäck et al., 2012). I en del andra länder är den gruppen större, och en förklaring som brukar föras fram till varför Sverige inte drabbats lika hårt i den bemärkelsen, är bland annat public services starka ställning i det svenska samhället (Shehata, 2012).

Hur har då nyhetskonsumtionen förändrats på ett övergripande strukturellt plan? I figur 1a och 1b finns redovisat hur traditionell nyhetskonsumtion ser ut bland befolkningen som helhet och bland de unga, 16-19 år, över tid.

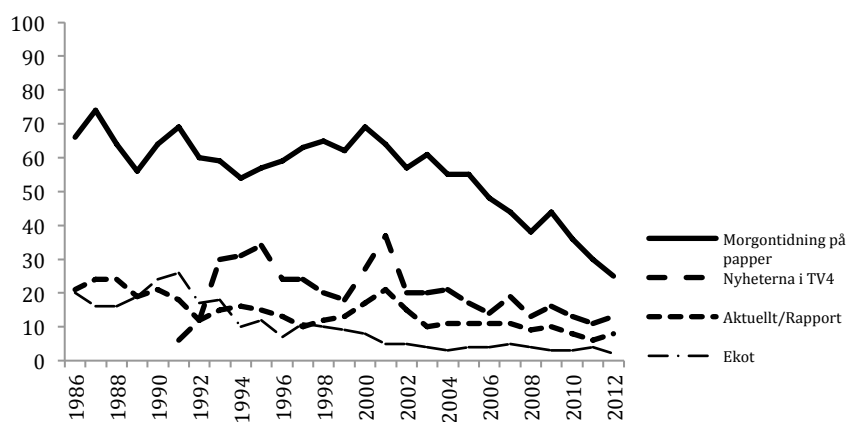
Figur 1a Konsumtion av traditionella nyhetsmedier i befolkningen som helhet, 1986-2012 (procent)



Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.

Kommentar: Antalet svarande är minst 1600 personer respektive år.

Figur 1b Konsumtion av traditionella nyhetsmedier bland 16-19-åringar, 1986-2012 (procent)



Källa: Den nationella SOM-undersökningen respektive år.

Kommentar: Antalet svarande varierar mellan cirka 100 (1986-1997) och 200 (1998-2012) personer.

Sett till befolkningen som helhet är det framför allt den tryckta morgontidningen som visar en nedgång över tid (figur 1a) medan nyhetskonsumtionen i övrigt är förhållandevis stabil – trots allt som hänt i omvärlden under de dryga 25 år som mätts.

Om vi istället vänder blicken mot de unga (figur 1b), så är det första som blir tydligt att nyhetskonsumtionen är betydligt lägre än för befolkningen som helhet. Det gällde för 25 år sedan, och det gäller idag. Samtidigt går också all konsumtion av traditionella nyhetsmedier ned över tid – och då ska vi ändå hålla i minnet att nästan alla som är mellan 16 och 19 år fortfarande bor kvar i föräldrahemmet och således inte själva behöver betala exempelvis för en morgontidningsprenumeration. Särskilt tidningsläsning dyker de senaste åren.

Unga tycks således ha blivit mindre intresserade av traditionella nyheter över tid. Den rimligaste förklaringen är att när valmöjligheterna ökar, så utnyttjas den (Prior, 2007). Att ta del av nyheter är bara en möjlighet bland mängder av andra möjligheter – och det är inte bara med annat medieinnehåll som nyheter konkurrerar, utan också med helt andra saker än att alls ta del av medier. Dygnet har bara 24 timmar.

En fråga som diskuterats i detta sammanhang är om förändringen har med fysisk ålder att göra, eller om det har att göra med vilken generation man tillhör. Svaret är inte givet, och i nästa avsnitt ska vi därför belysa den frågan.

Ålder: en fråga om livscykel eller generation?

Ålder, åldrande och livscykel är begrepp som hänger nära samman. Inom sociologi och psykologi finns en hel del forskning kring social gerontologi, vilket handlar om åldrande – eller med andra ord, om förändringar i livscykeln. Ofta talar man om tre typer av åldrande: biologisk, psykologisk eller social (Giddens, 2007; Gillead & Higgs, 2000).

Det biologiska, fysiska, åldrandet kan inte stoppas, men väl fördröjas. Psykologiskt åldrande handlar om exempelvis minneskapacitet och benägenhet att förändra sig. Det åldrande som skiljer sig åt genom olika faser i livet brukar man kalla det sociala åldrandet. Det handlar om identitet, normer, värden och liknande. Det är framför allt det psykologiska och sociala åldrandet som har förändrats över tid. Det psykologiska åldrandet inträder senare i livet idag än vad det gjort tidigare; man kan uttrycka det som att man är ung längre. Ett skäl till förändringen är att vi lever i ett mer individualistiskt samhälle, ett annat att de som är relativt nyblivna pensionärer idag är de som var med och skapade ungdomskulturen som fenomen när de var unga. Dessutom har den allmänna hälsan förbättrats i befolkningen så att vi helt enkelt lever längre, vilket gör att även det biologiska åldrandet förändrats över tid.

Individualiseringen är ett av skälen till att vissa forskare inte vill göra analyser i termer av generationstillhörigheter, eftersom de menar att det inte finns några homogena grupper på det sättet som generationsforskarna anser. De menar istället att man under livscykeln gång kommer att ta efter tidigare generationers vanor. Intresset för medier och annat kommer att förändras i förhållande till var i livscykeln man befinner sig och de förändrade intressen som

livscykel för med sig (Gilleard & Higgs, 2000; Zimic, 2010; jfr. Mannheim, 1952).

Andra menar att livscykel inte är det bästa sättet att analysera beteenden och attityder på, utan att det handlar om olika generationer som är förhållandevis distinkta i förhållande till varandra genom att de har vuxit upp under likartade samhälls- och, i vårt fall, medievillkor (Aroldi & Colombo, 2006). Två av de ofta citerade forskarna inom det här fältet menar till och med att hjärnorna är annorlunda på den unga generationen jämfört med äldre generationer eftersom de vuxit upp i ett informationssamhälle med ett ständigt flöde av information att bearbeta (Prensky, 2001a, 2001b; Tapscott, 2009). Samtidigt så är det uppenbart så att också äldre människor tar till sig nya medier, men ibland lite långsammare än yngre och på ett annat sätt (Weibull, Oscarsson & Bergström, 2012; Coleman & McCombs, 2007; Zimic, 2010).

Om man gör generationsanalyser, finns det flera olika sätt att göra kategoriseringar, och ett rimligt förhållningssätt är att inte bara utgå från hur medieutvecklingen har sett ut, utan att se till samhällsutvecklingen i stort (Aroldi & Colombo, 2006). En uppdelning som ofta används delar upp befolkningen i fyra generationer enligt följande (Zukin et al., 2006:14f):

1. *De plikttrogna*, födda före 1946 och som alltså alla är pensionärer idag. De har bland annat upplevt depressionen och andra världskriget.
2. *Baby boomers*, som är födda mellan 1946 och 1964, och alltså är en generation som omfattar 18 år. De karaktäriseras bland annat av att en ekonomisk uppgång och 68-rörelsen. De äldsta bland baby boomers var ungefär 10 år när tv kom till Sverige. De är år 2013 mellan 49 och 67 år.
3. *Generation X*, som är födda mellan 1965 och 1976 och år 2013 är mellan 37 och 48 år. De har vuxit upp under ekonomisk instabilitet till skillnad från Baby boomers.
4. *DotNets*, som är födda efter 1976 och år 2013 är under 37 år. Det som kännetecknar deras uppväxt är den digitala utvecklingen och det är de som ofta kallas för digitala infödingar.

Samtidigt som generationsindelningen avslutas med DotNets, så menar Zukin et al (2006) att de är en preliminär generation. Det är bara i backspegeln man kan göra relevanta indelningar av generationer och därför saknas ytterligare generationer efter DotNets. De ungdomar som ingår i vår studie skulle vi dock, åtminstone preliminärt, vilja kalla för den mobila generationen:

5. *Den mobila generationen*, född någonstans på 1990-talet och framåt, uppvuxen med internet och också uppvuxna med mobiltelefonen som nå-

got helt självklart; om än inte nödvändigtvis smarta telefoner som ännu 2013 faktiskt är något ganska nytt även om de spridits extremt snabbt.¹

Huruvida den mobila generationen är specifikt skild från DotNets får framtiden utvisa, men mycket talar för att så är fallet.

Rutiner, vanor och funktioner

En annan infallsvinkel när man vill studera strukturella betingelser som är betydelsefulla för mediekonsumtionen handlar om dygnets beskaffenhet. Det är faktiskt ett av få förhållanden som ger oss alla helt likadana ramar: 24 timmar. Sen kan vi förvisso välja att använda de 24 timmarna på olika sätt, men för oss alla så finns det mycket vanor och rutiner som bara delvis är självvalda, medan en stor del är strukturellt betingade.

Strukturella ramar som få av oss kan undvika handlar om vardagsbestyr som att arbeta eller gå i skolan, sova, sköta vår hygien, förflytta oss, handla, laga och äta mat och så vidare. Därtill kommer mediekonsumtionen, som i bruttotid räknar är ungefär sex timmar en genomsnittlig dag (*Mediebarometern 2011, 2012*).

Beroende på såväl rutiner och vanor som vad vi vill få ut av vår mediekonsumtion använder vi oss av olika medier vid olika tidpunkter och platser under dygnet. Morgontidningen läses i huvudsak under morgonen, vi tittar fortfarande mest på tv på kvällstid och internet används både under dagen och kvällen. Den viktigaste mediearenan för vår mediekonsumtion är hemmet, men jobbet är ytterligare en plats där vi använder oss av medierna antingen som förströelse under fikapauserna eller som ett arbetsverktyg (Nilsson, 2005). De senaste årens utveckling med smarta telefoner har gjort att platserna där mediekonsumtion kan ske har ändrats radikalt. Användningen blir alltmer rörlig och individualiserad, särskilt bland unga. Å andra sidan används telefonen inte primärt till nyhetskonsumtion, utan för annat – även om nyhetskonsumtion är en viktig del (Westlund, 2012). Som tidskonkurrent är den dock mycket viktig, särskilt bland unga.

Vanans makt är stor. Men det finns olika slags vanor och rutiner. Man kan skilja mellan ritualiserad och instrumentell medieanvändning (Rubin, 2002). Den ritualiserade medieanvändningen är vanemässig och bygger mer på tiden då konsumtionen sker än på mediet i sig. Ett typexempel är att alltid titta på Rapport 19.30 bara för att man brukar göra det. En sådan användning är inte nödvändigtvis vare sig aktiv eller målorienterad. Det är däremot den instrumentella medieanvändningen där man mer specifikt söker ett särskilt innehåll. Ett typexempel är att googla något som man har behov av att veta just här och nu.

¹ Den första Iphonen kom 2007 då den började säljas i USA. I Sverige släpptes den 2008.

Tack vare den tekniska utvecklingen är möjligheterna att kommunicera och skapa sociala relationer obegränsade. Det innebär också att vi skapar nya vanor och rutiner, och särskilt gäller det kanske de unga som vuxit upp med den nya teknologin. Idag kan vi interagera när och var vi vill oavsett tid och rum, och många gör det.

För forskare som studerar ungdomar och deras medieanvändning är ”bedroom culture” ett etablerat begrepp. Det innebär att unga tenderar att värna om sin egen miljö i sitt eget rum i allt högre grad än tidigare. De bygger sin egen borg inom det egna hemmets väggar och kan tack vare tekniken och alla nya plattformar förse de sig med de medier de anser att de behöver utan att gå utanför den egna sovrumsdörren (Bovill & Livingstone, 2001; jfr McQuail, 2010). Detta innebär att den resterande hemmiljön inte är den naturliga arena för mediekonsumtion som den var tidigare – men framförallt innebär det att de unga kan konsumera medier i stort sett utan någon som helst kontroll av sina föräldrar, vilket i sin tur kan innebära en konsumtion utan begränsningar.

Men även om individualiseringen och det förändrade medielandskap i det moderna samhället har förändrat publiken så ska vi inte glömma att det finns tillfällen när vi samlas runt våra tv-apparater; exempelvis när Eurovision Song Contest ska avgöras eller när en kronprinsessa gifter sig. Det finns uppenbarligen ett behov att mötas under gemensamma ämnen och diskutera händelser vid fikabordet på jobbet, under middagen i hemmet eller på väg till träningen.

Gemensamt för oss alla är att vi använder medier bland annat för avkoppling, för att stilla vårt informationsbehov, forma vår identitet eller för att navigera i samhället. Valmöjligheten när det gäller plattformar och medier som passar den individuella mediekonsumtionen är emellertid stora, samtidigt som ett större medieutbud inte har lett till att det finns mer tid för mediekonsumtion, utan tvärtom att vi tvingas selektera och med omsorg välja de medier och det innehåll som passar in i vår dygnsrytm, tidsrymd och vardagsrutiner.

Men om ett gemensamt drag hos oss alla är att använda medier, så är ett individuellt drag vilka medier vi använder. Ålder är då en viktig förklaringsfaktor, men inte den enda. Också unga har rutiner för att skapa trygghet och ordning i tillvaron (se t.ex. Rydin & Sjöberg, 2008).

Konkurrens och komplement mellan gammalt och nytt?

Den ständiga diskussionen om huruvida traditionella mediernas överlevnad när de nya medierna tar över delar forskare i två läger – de som tror på att nya medier verkligen är ett hot och konkurrerar ut de traditionella medierna och den andra sidan som ser de nya medierna mer som ett komplement till de nya (för översikt, se Dutta-Bergman, 2004; Westlund, 2012b).

Slutsatser från svenska studier visar att man kan se såväl konkurrerande som komplementära effekter av nya medier. Det är otvetydigt så att vi är på väg

mot en digital förmedling av nyheter, men det är också så att funktionerna hos de traditionella medierna kvarstår (Westlund, 2012b). Och tittar vi bakåt i historien ser vi att det är sällan något gammalt helt försvinner bara för att något nytt tillkommer. Däremot förändras gamla medier för att bättre passa in i en ny medievärld (t.ex. Carey & Elton, 2010; Fidler, 1997).

Något som inte är nytt men som har ökat i betydelse är det man kan kalla för multitasking; att göra många saker samtidigt. I en svensk undersökning (Findahl, 2012; jfr Findahl 2009, 2010) som bland annat syftar till att kartlägga två dagar i en sjuttonårings liv var det slående att just flera olika medier används samtidigt och att internet dominerade kraftigt. Ett tydligt exempel var vid frukostbordet en söndag morgon då sjuttonåringen läste en traditionell dagstidning på papper på samma gång som hon var online och kommunicerade i sitt sociala nätverk samtidigt som hon messade och naturligtvis lyssnade på Spotify. Samtidigt är det inte helt nytt. Även innan internet var det naturligtvis möjligt att exempelvis lyssna på radio och läsa tidning samtidigt som man småpratade med någon i familjen, vilket också många gjorde (Wadbring, 1995). Skillnaden är mängden plattformar som är möjliga att använda samtidigt.

Något som tyder på en förändring är emellertid hur olika unga och äldre uppfattar nyheter. Ett exempel kan hämtas från en dansk studie som kom fram till är att äldres uppfattning av tv som en plattform är att den ger en djup och nyanserad nyhetsbild, medan unga anser att nyheter på nätet ger djupa och nyanserade nyheter (Schröder & Larsen, 2010).

VAD ÄR EN NYHET OCH VAR KOMMER DEN IFRÅN?

Mediekonsumtion är förstås väldigt mycket mer än nyheter. I den här studien är det emellertid just unga och nyheter som står i fokus. Frågan är om det är självklart vad som är en nyhet, varifrån den kan komma och vem som kan förmedla den. Det är temat för detta avsnitt.

Traditionell nyhetsförmedling

När flera aktörer än journalister gör anspråk på möjligheten att förmedla nyheter uppstår frågan vad är egentligen en nyhet. En nyhet för en person behöver inte betyda att det är en nyhet för en annan. Möjligen kan vi enas om att nyheter är en situation eller en händelse som faktiskt har hänt och att det ska berättas på en sanningsenligt sätt. En nyhet ska alltså utgå från personer som finns i verkligheten och berätta om en händelse eller ett förhållande. Det ska självfallet vara något nytt eller en ny aspekt på något redan uppmärksammat (Ghersetti, 2012). Den amerikanske forskaren Michael Schudson slår i det inledande kapitlet i boken *The Sociology of News* (2003) fast att nyheter är den produkt som journalistisk aktivitet utmynnar i, nämligen något som publiceras. Och journalistik i sin tur är när man producerar och sprider information om aktualiteter som är viktiga och av allmänt intresse. Han konstaterar också att mycket av det som sprids i våra medier förvisso är intressant, men knappast viktigt. Ett annat sätt att definiera nyheter är att det handlar om ny information om något som är av allmänintresse som delas med en del av befolkningen (Stephens, 2007).

Var gränsen går mellan vad som är viktigt och oviktigt, allmänintresse eller inte, tål emellertid att diskuteras. Det gör våra gymnasieungdomar längre fram i rapporten.

En vanlig uppfattning är att nyheter ska återspegla verkligheten så som den faktiskt ser ut. Kritiker menar dock att verkligheten kan tolkas på olika sätt och medierna är den första instansen som gör den tolkningen av den så kallade verkligheten. Bara genom att titta på olika generationer och livsstilar får man olika svar på vad verkligheten faktiskt är och därmed blir det mycket svårare att definiera begreppet nyhet. Det mesta som händer är vare sig intressant, viktigt eller relevant för de flesta att känna till (Ghersetti, 2012). Det blir inte minst tydligt på nätet med andra förmedlare av nyheter än traditionella journalister. Vad är nyheter då?

Sociala medier och sociala människor som nyhetsförmedlare

Den viktigaste tekniska plattformen för att hämta information för unga är internet. De personliga kontakterna, även kallade fyrtorn eller opinionsledare i forskningen, är emellertid minst lika viktiga för unga när det handlar om att hämta information och kunskap (Findahl, 2012). Informella och formella opin-

ionsbildare är personer som vi av någon anledning känner förtroende för och som därför blir ett komplement till medierna.

För ungas del kan medierna använda ett krångligt språk vilket gör att medienehållet inte når fram. Genom fyrtoenen, som blir en slags mellanhänder, tar de unga del av mediernas innehåll men på sitt eget sätt och språk. Detta fenomen är långt ifrån nytt, det har alltid funnits mellanhänder mellan medierna och människorna (Høyer, 1989). Men med tanke på det enorma mediebruset som finns idag är dessa fyrtoen, opinionsbildare, kanske viktigare än någonsin.

De sociala medierna ger oss möjligheten att bli bekräftade och sedda på ett helt annat sätt än de traditionella, vilket kan vara en av många förklaringar till varför unga väljer bort de traditionella medierna till förmån för de nya och sociala medierna. En annan viktig aspekt är gruppgemenskapen för ungas identitetsökande. Det sociala nätverket med kompisar är viktigt och tack vare sociala medier finns det möjlighet att följa varandra i realtid – när och var som helst. Då blir det som händer i bekantskapskretsen betraktat som nyheter – men kanske inte på samma sätt och med samma status som traditionella nyheter.

Ungas upplevda krav på delaktighet och interaktivitet har drivit på utvecklingen för nya medier. Från att tidigare i huvudsak ha tagit emot information antas ofta att de unga nu vill vara en del i producentkedjan. Utveckling har gått från ett internet där medieproducenterna lade ut information till att nätet idag där användarna själva producerar en stor del av innehållet. Det handlar om exempelvis sociala forum, wikis och bloggar där vem som helst kan vara med och bidra till innehållet (Findahl, 2009). Det handlar också om kommentarsmöjligheter på traditionella nyhetssajter.

Att själv delta i nyhetsförmedlingen

En del av läsarna vill inte bara ta del av andras nyheter utan vill även själva vara delaktiga i nyhetsförmedlingen på olika sätt. De vill kunna ha möjligheten att kommentera nyheter och dela med sig av både nyheter och bilder (Bergström & Wadbring, 2012; Hedman, 2009). Svenska medier är generellt väldigt uppmärksamma på omvärldsförändringar och att anpassa format och innehåll till de krav och behov som ställs på dem.

Den ökade möjligheten till interaktivitet och att som mediekonsument kommentera nyheter har mer eller mindre tvingat medierna att låta publiken ta del av och vara delaktig i nyhetsprocessen på ett helt annat sätt än tidigare. Det användarskapade innehållet har alltså hittills ökat över tid (Karlsson, 2011). På de flesta nyhetssajter ges möjlighet att kommentera olika nyheter, något som många läsare ser som en självklarhet idag. Men många är samtidigt kritiska och tycker att läsarkommentarerna håller en alldeles för låg nivå. Det tycks emellertid som att vi vill ha möjligheten att kommentera och vara delaktiga i nyhetsdis-

kussionen och att det är viktigare att valfriheten finns än att kommentarerna håller en hög nivå (Bergström & Wadbring, 2012).

Förtroendet för olika slags medier

Det som fortfarande är de traditionella mediernas styrka är att människor har förtroende för dem – och det gäller även yngre medborgare (Weibull, 2011). Alldeles särskilt gäller det när vi står inför en kris eller dramatisk händelse. När vi känner oss otrygga och hotade är informationsbehovet som störst och då vänder vi oss till de traditionella medierna. Över 90 procent av Sveriges befolkning använder sig av tv, tätt följt av radio med 80 procent, för att få information vid en extraordinär händelse. Dagstidningar och nyheter på nätet används av drygt 60 procent medan sociala medier endast utnyttjas av 30 procent av befolkningen under extraordinära händelser. Även unga vänder sig i stor utsträckning till traditionella medier vid sådana händelser (Ghersetti, 2011).

De traditionella mediernas starka ställning i Sverige beror på flera saker. Public service står sig stark, trots avregleringen av etermedierna och en hårdare konkurrens. En stor del av befolkningen är uppvuxen med public service och i mångas ögon står den för en objektiv nyhetsförmedling utan inblandning av ekonomiska intressen som påverkar innehållet. De traditionella medierna har hängt med i den tekniska utvecklingen och även om medielandskapet har ritats om finns de traditionella medierna med i den hårda konkurrensen även på andra plattformar än de traditionella (Weibull, 2011).

Till syvende och sist handlar publikens förtroende om vilken trovärdighet själva varumärket har och inte vilken typ av distributionskanaler medieföretaget använder sig av (Westlund, 2008) – samtidigt som de digitala distributionsformerna ligger lite lägre i förtroende än sina ”moderkanaler” – utom i fråga om kvällstidningarna (Weibull, 2011).

* * *

Sammanfattningsvis har det förändrade medielandskapet gjort att förutsättningarna för mediekonsumtionen förändrats. De unga som växer upp i en digital värld kan förväntas att åtminstone i viss utsträckning både ha ett annat beteende och andra attityder än de som vuxit upp i en analog värld. Det är möjligt att de ändrar såväl beteende som attityder när de blir äldre, men det analoga samhället kommer helt säkert inte tillbaka.

Samtidigt kommer också dagens unga att skaffa sig vanor och rutiner när de blir äldre. Genom att samtala med dem är det möjligt att åtminstone i någon utsträckning få en uppfattning om hur deras vardagar kan komma att se ut. I rapportens nästa del presenteras 27 ungdomars syn på nyheter och nyhetskonsumtion.

DEL II

GYMNASISTER, MEDIER OCH VARDAGAR

STUDIENS SYFTE OCH GENOMFÖRANDE

I detta avsnitt presenteras resultaten från vår egen studie om ungas nyhetsvanor och attityder till nyheter. Allra först dock några ord om hur vi gått tillväga.

Syfte och frågeställningar

Studiens syfte är att analysera unga människor förhållningssätt till nyheter. Två övergripande frågeställningar har guidat oss genom arbetet:

1. Hur ser ungas rutiner och vanor ut och var kommer nyheter in i dem?
2. Hur ser unga på fenomenet nyheter i traditionella och sociala medier?

Avslutningsvis kommer vi också att försöka sätta in de unga i vår studie i en mer allmän kontext och diskutera i vilken mån dagens unga skiljer sig från gårdagens.

Genomförande

Studien har genomförts med hjälp av tre metoder: fokusgrupper, en enkät samt en dagboksstudie. Det material vi samlat in själva kompletteras av ett riksrepresentativt enkätmaterial för åldersgruppen 16-19 år.

Fokusgrupperna, vår egen enkät samt dagboksstudien har genomförts på fyra gymnasieskolor i Sundsvall, där både kommunala skolor och en friskola finns representerat i urvalet. Eleverna gick tredje året på utbildningarna samhällsprogrammet (kommunal respektive friskola), vård-och omsorgsprogrammet (kommunal skola) samt fordons- och transportprogrammet (kommunal skola). Eleverna är självselektade såtillvida att alla i de respektive klasserna blev tillfrågade om de ville delta i ett samtal om nyheter.

Den enkätstudie som gjordes, fylldes i innan gruppdiskussionerna startade. Samtliga elever utom en har fyllt i enkäten, vars syfte var att täcka in de demografiska faktorerna som spelar in vid medieval i allmänhet och nyhetskonsumtion i synnerhet samt hur de ungas konsumtionsmönster såg ut ifråga om nyheter (se bilaga 1).

Sammantaget har 27 elever deltagit i de diskussioner som hölls på Mittuniversitetet under oktober 2012. I tre av grupperna medverkande åtta stycken elever i varje fokusgrupp. I den fjärde fokusgruppen medverkande endast tre elever. Fördelen i den gruppen var att alla fick tid och utrymme att reflektera över diskussionsfrågorna, något som kan ha upplevts som svårare i de andra grupperna med flera deltagare. Diskussionerna har utgått utifrån på förhand givna teman (se bilaga 2) men diskussionsunderlaget har varit öppet i sin form för att inte styra elevernas svar.

Eleverna fick även i uppgift att under en dag kartlägga sin egen medieanvändning i form av en mediedagbok. Denna mediedagbok besvarades av 15 elever; en grupp skickade inte in sina dagböcker (vård). Dagboken var måttligt detaljerad; de fyllde i sina aktiviteter på halvtimmensnivå (se bilaga 3).

I tillägg till de egna studierna som vi gjort, använder vi en rikstäckande, representativ, enkätstudie för att visa hur ett generellt mönster ser ut bland dem som är mellan 16 och 19 år. Denna enkätstudie kommer från SOM-institutet, som gjort årliga surveyundersökningar sedan 1986 (för metodredovisning, se Vernersdotter, 2013).

Metodologisk utvärdering

De fyra fokusgrupperna skiljde sig en hel del från varandra. Sättet de diskuterade nyheter och sin nyhetskonsumtion kan ha olika förklaringar varav *en* kan vara deras utbildningsprogram och skola, dvs. det urvalskriterium som vi använde för att få en social spridning.

De två fokusgrupperna som kom från det samhällsvetenskapliga programmet var klart mer diskussionsbenägna och förde ofta ett reflekterande och nyanserat resonemang. De andra två fokusgrupperna kom från yrkesinriktade gymnasieutbildningar och deras diskussion hade en mer fragmentarisk karaktär och svaren var mycket mer kortfattade. Vi konstaterar att dessa skillnader finns mellan grupperna och att de kan bero på att de går olika slags program och/eller kommer från olika sociala bakgrunder – men att skillnaderna också kan bero på de olika individerna. Vi redovisar i anslutning till citaten vilken grupp eleverna tillhör, men har inga generaliserande anspråk på att ha täckt in olika grupper av gymnasieelever.

En annan tydlig skillnad var att den grupp samhällsvetare som kom från friskolan visade ett klart större intresse för att diskutera frågorna – och var dessutom mer pålästa och nyhetsorienterade. Denna grupp har medvetet valt ett gymnasium som kräver hög studietakt och studiemotiverade elever vilket rimligen är förklaringen till att de skiljde sig i sättet att ta sig an diskussionsfrågorna.

Som i många kvalitativa studier är vår ambition att visa spridning ifråga om vilka beteenden och attityder som uppvisas – och i så motto har de valda metoderna och ungdomarna fungerat utmärkt.

NYHETER I UNGAS VARDAGAR

Vi inleder med att redovisa vår dagboksstudie för att ge en översikt över hur en vanlig dag kan se ut för ungdomarna som ingått i studien.

En vanlig dag

Finns det då något som kan kallas vanliga dagar? Det är en fråga som egentligen är värd en egen diskussion. Dessvärre har vi inte möjligt att ta upp den diskussionen här, men vi har gjort två olika försök att kartlägga våra intervjuade ungdomars vardagar. Även om det är relativt få personer, blir det sammantaget ändå ganska många vardagar som får konturer. De två sätt vi försökte kartlägga ungdomars vardag på, är med hjälp av enkäter och en dagboksstudie. Samtliga intervjuade ungdomar fyllde i enkäten och dagboken fylldes i av tre av de fyra grupperna. Med hjälp av dessa båda instrument kan vi dels se hur deras vardagar brukar se ut (enkäten), dels hur en enskild vardag såg ut (dagboken).

Låt oss börja med en enskild dag. Vad gör vi då? Vi har använt åtta grundaktiviteter där vi också bett de unga att placera in sin medieanvändning. Det kan karaktäriseras som en mycket strukturerad form av dagbok (Bergström & Wadbring, 2002). Grundaktiviteterna är inte ömsesidigt uteslutande, utan man kan exempelvis laga mat samtidigt som man umgås med vänner. Med halvtimmesintervaller har våra intervjupersoner fått ange vad de gör, och dessutom tala om vilka medier de använder under tiden. De hade möjlighet att ange nio typer av mediekonsumtion – som förstås inte heller är ömsesidigt uteslutande, utan man kan mycket väl exempelvis lyssna på musik samtidigt som man är på Facebook eller spelar spel. I tabell 1 visas de aktiviteter och den mediekonsumtion som ungdomarna kunnat välja mellan.

Det finns olika sätt att betrakta tid. Ett sätt är att skilja mellan *nödvändig tid* (för exempelvis sömn), *kontrakterad tid* (till exempel arbete), *förpliktelse* (att bland annat sköta om barn eller hem) samt *fri tid* (inte nödvändigtvis fritid, utan snarast obunden tid). De här tidstyperna innefattar olika grad av frihet, och hur de används skiljer sig i olika stadier i livet (Ås, 1978). Både ungdomar och vuxna har en hel del nödvändig respektive kontrakterad tid, men ungdomar har mycket mindre tid för förpliktelser och mer fri tid än vuxna. Vi kan därför förvänta oss att våra ungdomars tidsanvändning ser likartad ut i sin grundstruktur, av det enkla skälet att de befinner sig i samma fas i livet.

Vad är då gemensamt sett till mediedagboken? Alla sover, alla går i skolan, alla förflyttar sig, alla träffar vänner och bekanta och alla slappar under en vanlig dag. Något som däremot inte är frekvent förekommande i de ungas liv är omvårdnad om andra och heller inte hushållsvård. Det är på sitt sätt logiskt att ingen av dem anger att de ägnar tid åt omvårdnad av andra; de har inga barn eller gamla föräldrar att ta hand om – ännu. Mer förvånande är möjligen att ingen av dem anger att de sysslar med någon form av hushållsvård. Förvisso

bor de inte i eget hushåll än, men även om man bor hemma hos föräldrarna finns det ju alltid saker att ta hand om. Å andra sidan har de bara fört dagbok en enda dag; hade det handlar om en vecka hade det troligen sett annorlunda ut.

Tabell 1 Aktiviteter i dagboken

Grundaktiviteter	Mediekonsumtion
Mathållning (laga, äta)	Tittat på tv i tv:n (nyheter)
Egenvård (sova, sköta hygien, träna)	Lyssnat på nyheter i radion
Omvårdnad av andra	Läst papperstidning
Hushållsvård (städ, fixa)	Tagit del av nyheter på nätet
Förflyttning (bil, buss, gång etc)	Surfat på nätet
Arbete/skola	Varit på Facebook
Träffa vänner/bekanta	Spelat spel på dator/tv
Slappa	Lyssnat på musik
	Tittat på film

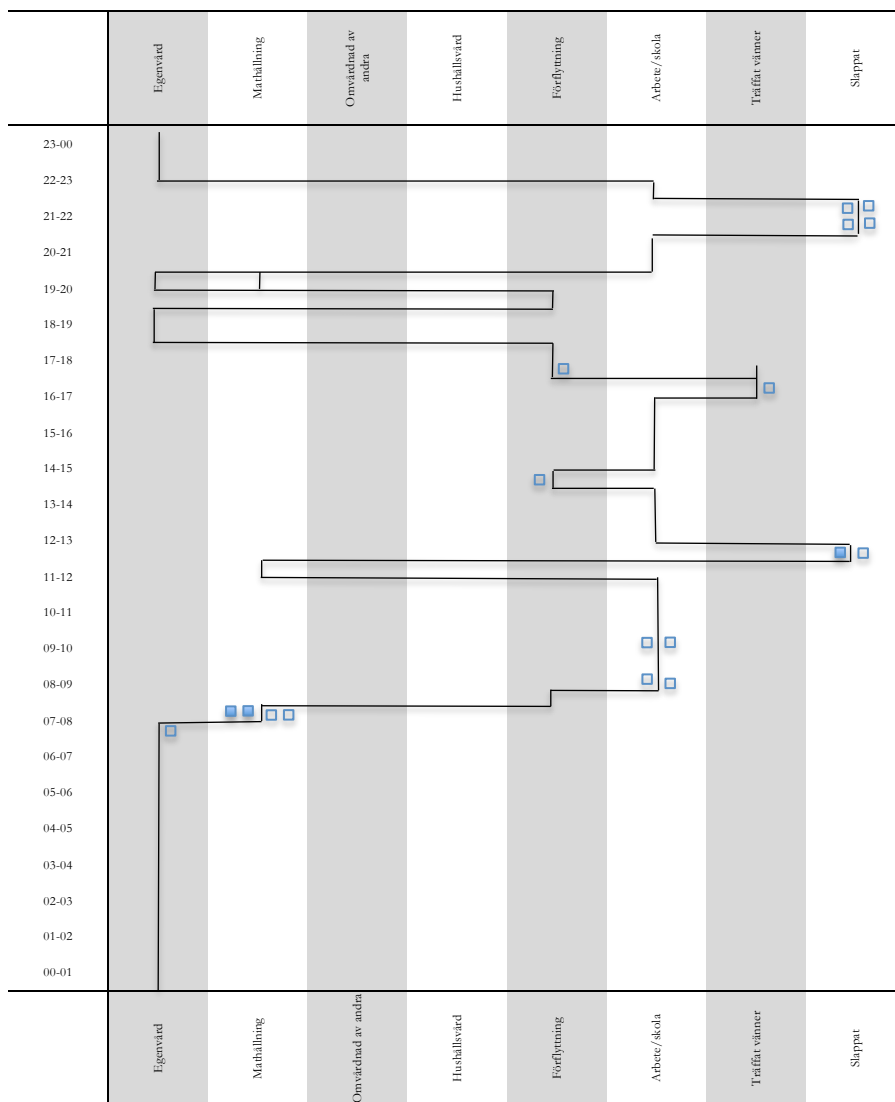
Kommentar: Grundaktiviteterna är hämtade från Ellegård & Nordell, 1997, samt Bergström & Wadbring, 2002).

De unga går i huvudsak upp mellan 06 och 07.30. Snitttiden för alla var 07.00. Det är tydligt att alla fyllt i dagboken en vardag, då de gått i skolan. Där tillbringar de i snitt åtta timmar (inklusive läsläsning på kvällen), men det är ganska stora individuella skillnader: den som ägnar skolan minst tid har fyllt i fyra timmar i sin dagbok, den som ägnat skolan mest tid har fyllt i 11,5 timmar. Nästan alla har angett skolarbete på kvällstid, vilket rimligen handlar om läsläsning.

Kvällarna skiljer sig mer än morgnarna åt bland de unga. Den tid de går och lägger sig går inte att urskilja i mediedagböckerna, men däremot då de börjar kryssa i *egenvård*, där sömn ingår som en del. Den tidigaste tiden på kvällen där denna kategori är ikryssad är klockan 21, den senaste 00.30. De som kryssat i egenvård klockan 21 behöver emellertid inte ha gått och lagt sig då, utan det kan också handla om exempelvis en sen träning. Det troliga är väl emellertid att merparten av kvällen efter klockan 21 som är karakteriserad som egenvård är just att sova.

I figur 2 finns en vanlig dag för en av ungdomarna, en ung kvinna, illustrerad. Hon har gått upp 07.30 och gått och lagt sig – eller sysslat med annan egenvård – klockan 22.30. Skolarbetet är uppdelat på fem omgångar: före lunch, efter lunch, efter en förflyttning mitt på dagen och vid två tillfällen på kvällen. Hon har vidare förflyttat sig fyra gånger under dagen och ätit tre. På två ställen i illustrationen finns dubbla lodräta streck, vilket kan sägas vara dubbelaktiviteter. I det ena fallet handlar det om mathållning i kombination med egenvård, i det andra om att umgås med vänner under en förflyttning.

Figur 2 Exempel på dagbok – kvinna



Kommentar: Horisontella linjer visar byte av aktivitet, medan lodräta linjer visar pågående aktiviteter. Ifyllda fyrkanter symboliserar att något nyhetsmedium har använts (tv-nyheter, radionyheter, paperstidning, nyheter på nätet), tomma fyrkanter att något annat medium använts (nätet i allmänhet, Facebook, spel, musik, film). Se bilaga för att se hur dagboken såg ut som ungdomarna fyllde i.

Medierna ingår i vardagen för alla unga, även nyhetsmedierna. I den unga kvinnans vardag som skisseras ovan ingår både nyhetsmedier (ifyllda fyrkanter) och

andra medier (tomma fyrkanter) under stora delar av dagen. Och medier i någon form ingår i alla de intervjuades liv.

Nyheterna i vardagen

Hur nyhetsmedierna ingår i vardagen ser emellertid väldigt annorlunda ut beroende på vilken av studierna – enkätstudien eller dagboksstudien – som vi använder oss av. Enligt dagboksstudien använde alla ungdomarna utom en åtminstone något nyhetsmedium varje dag. Enligt enkätstudien – där de får fylla i hur ofta de brukar använda olika nyhetsmedier på olika plattformar – så är det många som aldrig använder något nyhetsmedium regelbundet överhuvudtaget, oavsett plattform. Hur ska man förklara en sådan diskrepans? För att ytterligare komplicera det hela ska vi lägga till en generaliserbar studie som inte har med våra intervjuade ungdomar att göra, utan visar hur konsumtionen ser ut generellt bland ungdomar mellan 16 och 19 år. Vi inleder med det sistnämnda för att få något att förhålla oss till (tabell 2).

Tabell 2 Nyhetskonsumtion bland 16-19-åringar, 2012 (procent)

	Regelbunden Konsumtion	Konsumtion minst 1 dag/vecka
Morgontidning på papper	25	51
Morgontidning på nät	5	15
Kvällstidning på papper	4	15
Kvällstidning på nät	33	48
Ekot	2	11
Lokala nyheter i P4	3	14
Nyheter i kommersiell radio	6	25
Morgon-tv i SVT	4	17
Morgon-tv i TV4	5	19
Riks-nyheter på SVT	8	45
Riksnyheter i TV4	13	53
Regionala nyheter på SVT	5	39
Lokala nyheter i TV4	7	43

Kommentar: Med regelbundet avses minst 5 dagar/vecka, utom för kvällstidningar på papper och nät där minst 3 dagar/vecka avses. För mobiltelefon avses dagligen. Skillnaden beror på olika skalor i frågeformuläret. Antalet svarande är 260 personer, utom för frågan om nyheter i mobilen där det är 59 svarande. Felmarginalen är därmed mycket stor.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2012.

Kvällstidningar på nätet och morgontidningar på papper är de nyhetskanaler som störst andel av de unga använder på regelbunden basis. Jämfört med befolkningen som helhet befinner sig nyhetskonsumtionen emellertid på en mycket låg nivå. Ser vi istället till konsumtionen en gång i veckan, likväl regelbunden, så är det samma nyhetskanaler som används, men vi kan också lägga till nyheter på tv som en stor kanal.

Hur ser då vår egen undersökning ut i relation till ovanstående? Den största skillnaden gäller kvällstidningar på nätet. I den nationella SOM-undersökningen toppar kvällstidningarna på nätet ifråga om nyhetskonsumtion, men så ser det inte ut bland våra ungdomar i någon av våra undersökningar. Vi ser två förklaringar till det. Den ena är att våra ungdomar inte tolkar aftenbladet.se som en kvällstidning, och därför inte kryssar i att de läst en kvällstidning online. Den har blivit ett så självklart inslag i deras medievardagsliv att den ingår i den allmänna surfrundan. Den andra förklaringen är att våra ungdomar skiljer sig från ett generellt snitt av ungdomar och därför har andra vanor. Vilken förklaring som är rimligast är svårt att avgöra, men sett till studiens helhet är vår bedömning att den förstnämnda är rimligast.

Skillnaden i våra ungdomars svar beroende på om de fyllt i en enkät respektive en dagbok kan man se på olika sätt. Det är fler som fyllt i enkätstudien än dagböckerna och eftersom vårt syfte med studien inte alls var att jämföra dessa båda metoder så kan vi inte följa en och samma person genom båda studierna. Det innebär att det skulle kunna vara så att i princip alla som i dagboksstudien angett att de tar del av nyheter som också fyllt i det i enkäten – och att alla andra inte tar del av nyheter alls. Det är emellertid en ganska orimlig förklaring. En mer trolig förklaring är att ungdomarna tänker sig att de inte brukar ta del av nyheter särskilt regelbundet, och därför fyller i det i enkäten. När de någon eller några dagar senare ska fylla i dagboken, så upptäcker de att de faktiskt tar del av nyheter mer än de trodde. Det är helt enkelt inte ett medvetet, målorienterat beteende.

I enkäten kunde man fylla i vilken slags nyhetsföretag man tog del av nyheter från och på vilken plattform (se bilaga 1). Inalles gav det 16 möjligheter att ta del av nyheter: fyra plattformar för nyheter från vardera morgontidning, kvällstidning, tv respektive radio. En analys av *aldrig*-kategorin visar att snittet där var åtta kryss per elev. Med andra ord, av de 16 möjligheterna att ta del av nyheter användes i snitt hälften. Och i de allra flesta fall tar ungdomarna del av nyheter relativt oregelbundet.

Vanligast är att ta del av radionyheter i radion eller morgontidning på papper. Därefter kommer att titta på tv-nyheter i tv. Det vill säga traditionella medier på sina traditionella plattformar. I den generaliserande studien som redovisas i tabell 2 finns inte möjlighet att tala om vilken plattform man tagit del av nyheterna på. Det är rimligt att anta att de allra flesta uppfattat frågan som traditionella medier på traditionella plattformar – särskilt ifråga om tv-nyheter – och

då stämmer enkäten med våra ungdomar ganska väl överens med den rikstäckande studien.

Sett till dagboksstudien har vi gjort en likartad men inte exakt likadan uppdelning för medieformerna som i enkäten. Ungdomarna har fått ange om de tittat på tv-nyheter i tv:n, lyssnat på radionyheter i radio, läst papperstidning respektive tagit del av nyheter på nätet (se bilaga 3). Det som dominerar här är också nyhetskonsumtion via de traditionella plattformarna, inte nätet.

Hur ska man förklara de traditionella plattformarnas dominans? En viktig förklaring torde vara att ungdomarna inte har eget hushåll utan befinner sig i en familjestruktur där andra än de själva styr över medievanorna. Om radion står på i köket på morgonen så lyssnar man, vare sig man valt det själv eller inte. I 16 av de 25 hushållen som de unga i studien bor i, finns en morgontidningsprenumeration.

Sett ur ett framtidsperspektiv blir den intressanta frågan i vilken utsträckning de vanor som grundläggs i hemmet finns kvar när de unga flyttar till eget boende, vilket ju handlar om huruvida mediekonsumtion beror på var i livscykeln man befinner sig eller vilken generation man tillhör. Det är inte alls säkert att det i det första egna hemmet kommer att finnas vare sig traditionell tv eller radio, en morgontidningsprenumeration eller fast telefon. Däremot kommer det att finnas minst en bärbar dator och en smart telefon, i många fall en läsplatta och antagligen en hel del andra medieteknologi som är svår att förutse idag. Medie- och nyhetsrutinerna kan därmed tänkas bli mindre fasta – samtidigt som övriga vardagsrutiner kommer att förändras relativt måttligt. All mediekonsumtion ska fortfarande in i vårt 24-timmarsdygn.

Så, vad säger då våra gymnasieelever om sin mediekonsumtion när de får formulera sig fritt kring det? Överlag är de unga nöjda med hur de tar del av nyheterna idag. Det finns en valbarhet som de tycker täcker deras krav och behov. De flesta tycker att Aftonbladets app fungerar väldigt bra. Vill man ha snabba nyheter är det nätet som gäller och tidning och tv för en djupare inblick och kunskap om en viss nyhet som intresserar dem. De unga i studien kan sägas bete sig som alla andra unga; de mixar och använder olika medier samtidigt (jfr Findahl, 2012).

Jag läser Aftonbladet ganska mycket på nätet, och ST (Sundsvalls Tidning) på morgonen i pappersformat. Jag föredrar papperstidningen och nyheterna på tv. Om jag ser något på nyheterna och vill ha mer bakgrundsinformation så går jag på nätet (sambällsvetare, friskola).

Jag har ingen riktig koll när nyheterna börjar, om jag vill ha reda på något pratar jag med kompisar eller Aftonbladet på nätet. Det tar för lång tid att vänta att det kommer på nyheterna, det är ju bara att ta upp telefonen så finns det ju där, en säker källa som går snabbt! (sambällsvetare, kommunal skola).

Vi diskuterade nyheter och nyhetskonsumtion och enskilda ungdomar var helt klart nyhetsintresserade, men samtidigt var det uppenbart att nyhetsmedier och nyhetskonsumtion för de flesta var en lågt prioriterad vara och vana. De handlar om ett svagt intresse, snarare än hindrande yttre omständigheter som tid eller tillgänglighet. De flesta av de unga i denna studie inser vikten av att ta del av nyheter i princip – men har själva inget större intresse att ta del av det. Dels finns det ett ointresse för nyheter i allmänhet och dels finner många det omständligt och svårt att sätta sig in i nyheter då de förutsätter att man har hängt med i nyhetsflödet en längre tid. Nyheterna som förmedlas uppfattas av de unga som att de främst riktar sig till redan insatta i ämnet. Intresset för lokala nyheter skiljer sig dock från både nationella och internationella. Här finns det, som bekant, en naturlig koppling mellan det som förmedlas i nyheterna och de ungas egna liv (se vidare nedan).

Forskare är kluvna till förklaringen till ungas ointresse. Är det förändrade medielandskapet som bidrar till en minskad nyhetskonsumtion bland unga eller är det traditionella mediernas oförmåga att locka till konsumtion (jfr Shehata & Wadbring, 2012)? Att intresset för nyheter hos unga alltid varit lägre än hos äldre är odiskutabelt, vilket gör att den spännande frågan är i vilken utsträckning och på vilket sätt ungdomarnas ointresse skiljer sig från tidigare generationer. Det är svårt att bedöma, men åtminstone om man ser till tidningsläsning så finns det en tydlig generationseffekt som visar att yngre generationer läser mindre än äldre (jfr Andersson & Wadbring, 2008). Det behöver emellertid inte se likadant ut för andra typer av nyhetsförmedlare.

De unga ger en samstämmig bild när de redogör för vilken betydelse medier och nyheter har i deras vardag. De konsumerar främst medier när de väntar på något, när de har tråkigt eller behöver fördriva tiden. De unga använder medierna när de är på språng och den form de föredrar är internet i allmänhet och appar i synnerhet. Det innebär att det är telefonen som är den primära plattformen. Den dominerande källan är Aftonbladet.

Jag läser typ Aftonbladet 56 gånger (transport- och fordonsprogrammet).

Om jag är i skolan så är det aftonbladetappen jag läser (transport- och fordonsprogrammet).

Jag har aftonbladetappen och de lägger ut notiser som breaking news när det har hänt något stort och då är det mig det handlar om, att jag faktiskt ska följa det. Det är redan så bra som det kan bli! Det handlar om att jag nu måste engagera mig (sambandsvetare, kommunal skola).

De flesta av de unga i vår studie väljer bort att aktivt titta på tv-nyheterna om det inte har hänt något alldeles speciellt. Tv-nyheterna är något som antingen resten av familjen väljer att titta på när de råkar vara på plats eller som de

själva råkar zappa fram till; det är med andra ord ingen planerad händelse eller konsumtion.

Jag följer nyheterna i samband med min familj. Vi äter ofta frukost tillsammans och då sitter vi och läser tidningarna och oftast när jag väl ser Rapport och nyhetsprogram på tv:n så sker det för att vi kollar på tv och inte att jag har valt att titta just på nyheterna (samhällsvetare, kommunal skola).

Tv kan vara ett sätt för en familj att samlas (samhällsvetare, friskola).

Om jag sitter i soffan med mamma och hon kollar på nyheterna gör jag också det, inte annars (vård- och omsorgsprogrammet).

Tidningen däremot, ögnar de flesta igenom på morgonen – även om prioritering av innehållet ser olika ut beroende på vilken utbildning de går.

Det som är bra på morgonen är att man läser och sedan hinner diskutera under dagen, det är viktigt! (samhällsvetare, friskola).

Jag läser väldigt sällan, kollar de fem rösterna bak i tidningen och horoskopet (samhällsvetare, kommunal skola).

Tidningen tycker jag är en självklarhet att läsa varje morgon, att läsa horoskop och allt som händer liksom (vård- och omsorgsprogrammet)

Samtidigt finns det delade meningar om den traditionella papperstidningens vara eller icke vara. En del anser att papperstidningen är ett måste i morgonrutinens vardag och skulle inte kunna tänka sig att vara utan den. Andra är av motsatt uppfattning.

Det är lyx att ha något i pappersformat! (samhällsvetare, friskola)

Om jag nu ska läsa nyheter gör jag det helst i tidningen än på en läsplatta (samhällsvetare, kommunal skola)

Morgontidningen är ju helt meningslöst för man hinner ju inte få den i tid för att läsa den på morgonen! I Viskan få man den halv tio på dan, då är det ju försent! (transport- och fordonsprogrammet)

Den uppfattning som många av de unga i studien ger uttryck för är emellertid att nyheterna i papperstidningen kräver att man är påläst och följer nyheterna frekvent för att förstå vad som skrivs, debatteras och analyseras. Då de flesta unga inte har nyhetskonsumtionen som en rutin i vardagen finns det ett motstånd mot att läsa exempelvis morgontidningen då de anser att det kräver för mycket förkunskaper om det som avhandlas.

Vad de skulle önska är att nyheterna hade en sammanfattning. De menar att unga idag inte orkar sätta sig in i världens alla problem, men att en kortare sammanfattning säkerligen skulle öka ungas benägenhet att läsa morgontidningen. Detta resonemang visar på ett sätt som unga gärna vill vara med och påverka nyhetsinnehållet.

Jag har faktiskt sagt till min pappa som jobbar på tidningen att det borde finnas små faktarutor för vissa nyheter exempelvis när de skrev om NHLs lockout. Jag har ingen aning om vad en lockout är, men har ändå läst hela artikeln utan att ha fått reda på det. Är det en fortsättning så vill man ha: det här har hänt, en liten kort sammanfattning (samhällsvetare, kommunal skola).

Citatet visar tydligt att det egentligen inte är sammanfattningar av nyheterna som efterfrågas – utan förklaringar till sådant som är svårt och en kontextualisering till händelsen. En nyhet blir knappast enklare bara för att den är skriven i kortformat, utan snarare tvärtom eftersom så mycket information kommer att saknas (Reichenberg & Wadbring, 2004). Många medieföretag är förstås väl medvetna om att de måste arbeta mer aktivt med att förändra sina produkter för att passa både målgruppen unga vuxna och andra. Det är något som också förts fram inom forskning (t.ex. Picard, 2010) Men det är knappast ytliga förändringar som färg och form som unga tycks efterfråga, utan snarare att nyhetsinnehållet tillgängliggörs på ett sätt som inte förutsätter att man som läsare är en frekvent nyhetskonsument med goda förkunskaper.

När det gäller papperstidningens vara eller icke vara var det en av fokusgrupperna som uttrycker en rörande enighet, vård- och omsorgsprogrammet:

Den tar för mycket plats! Det är så gammeldags! (vård- och omsorgsprogrammet)

Det skräpar ju ned! (vård- och omsorgsprogrammet)

Deras uppfattning om just papperstidningen skiljer sig emellertid en hel del från övriga fokusgrupper som har en mer positiv inställning. Ungdomarna från vård- och omsorgsprogrammet poängterar också fortfarande vikten av nyheter men förlitar sig mer på nya medier som Aftonbladets nätupplaga respektive Facebook och de sidor som länkas därifrån.

De unga i studien är traditionella ifråga om var de konsumerar de traditionella medierna, i den mån de alls gör det. Tidningen läses vid köksbordet, allra helst på morgonen, och tv-nyheterna tittar man på i vardagsrummet tillsammans med resten av familjen – och programvalet är gjort av någon annan. Det som omtalas som bedroom culture tidigare är således inget som tycks gälla nyhetskonsumtion bland våra ungdomar.

Det är emellertid få som diskuterar nyheter hemma. Vid middagsbordet, som för de flesta är den sociala samlingen på kvällen, föredrar man att prata om sina liv istället för att diskutera världsliga ting. Ofta finns vare sig tid eller lust att prata om nyheter eftersom man föredrar att höra hur dagen har varit för den enskilde. Nyheter är således inget som prioriteras när familjen väl är samlad.

När man inte träffas så ofta finns det annat att prata om (vård- och omsorgsprogrammet).

Hade jag varit mer intresserad av nyheter hade jag förmodligen tagit upp det med fler och därmed med min familj också (samhällsvetare, kommunal skola).

Det beror alldeles på vad man har för intresse i livet, det är oftast det man vill prata om. Hemma har vi så olika intressen, jag gillar politik och morsan gillar inredning (samhällsvetare, kommunal skola).

På vardagarna sitter vi och äter tillsammans och pratar, allt från vad vi har gjort på dagen i skolan till vad som står i tidningen. Men för mig är det svårt att prata om nyheter med min mamma för hon förstår inte vad jag pratar om (samhällsvetare, friskola).

Vi pratar nästan aldrig om nyheter i min familj vi pratar mest om generella ämnen (samhällsvetare, friskola).

Det sista citatet ovan gör att man kan ställa sig frågan om hur begreppet nyheter egentligen uppfattas. ”Generella ämnen” borde kunna innefatta mycket av det som traditionellt omnämns nyheter, men här uppfattades det på ett annat sätt.

För de flesta gäller att de få timmar man har med varandra istället fokuseras på mer jordnära saker som att stämna av hur dagen har varit. En viktig inkörsport för att skapa ett nyhetsintresse hos de unga är annars att det finns vuxna i deras närhet som kan fånga upp deras frågor och funderingar, och integrera och applicera nyhetsinnehållet i de ungas egen kontext. De så kallade fyrtoarna kan lika gärna vara vuxna i ungas närhet, inom familjen eller skolan, som unga i deras egen ålder och sociala forum på nätet. Det framstår dock ganska tydligt att de unga behöver någon som kan fånga upp och utifrån deras eget mikroperspektiv få dem att förstå vikten av en aktiv nyhetskonsumtion och nyheters betydelse.

Ungas nyhetskonsumtion idag skiljer sig från tidigare generationers åtminstone på grund av den flexibilitet och tillgänglighet som nya medier tillfört. De unga konsumerar nyheter mer utifrån vilken situation de befinner sig i än utifrån rutiner de har skapat. Å andra sidan: unga har alltid haft mindre rutiner än äldre. Det är dock odiskutabelt att valmöjligheterna ökat, och då handlar det både om möjligheten att välja och att välja bort (jfr Prior, 2007; Strömbäck et al., 2012). De traditionella nyhetsmedierna har emellertid under det senaste

decenniet fått konkurrens av de sociala medierna eller nätverken, och det är därför av relevans att se också hur de kommer in i de ungas vardag.

Sociala medier i vardagen

Sett ur ett generellt perspektiv har de sociala medierna en stark plats i vårt vardagsliv. I tabell 3 finns en översikt över hur de unga använder dem på såväl regelbunden som mindre regelbunden basis, från den rikstäckande SOM-undersökningen. Sociala medier i allmänhet uppvisar ingen större skillnad i användning per dag eller vecka. Det innebär att om man använder sociala medier så gör man det helt väldigt enkelt frekvent, eller så gör man det inte alls. Men de allra flesta gör det i mycket stor utsträckning.

Tabell 3 Användningen av sociala medier bland 16-19-åringar, 2012 (procent)

	Minst varje vecka	Dagligen	Minst 10 ggr/dag
Använt sociala medier	90	73	Ej tillämpligt
I mobilen:			
Surfat	81	75	36
Använt sociala medier	75	64	32
Sökt fakta/information	68	46	17
Tittat på film/klipp	60	29	9
Tagit del av nyheter	46	29	10

Kommentar: Frågorna kommer från olika enkäter gjorda samma höst och är ställda på lite olika sätt. Antalet svarande för sociala medier i allmänhet är 260 personer, för användning i mobilen 59 personer. Ifråga om användningen av sociala medier i allmänhet fanns inte svarsalternativet *minst 10 ggr/dag*.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2012.

De allra flesta av våra gymnasieelever använder också sociala medier mycket frekvent (och därmed lämnar vi tabell 3 ett ögonblick). När vi frågar dem hur ofta de brukar läsa eller skriva inlägg i sociala medier, så gör nästan alla det åtminstone någon gång i veckan. Mest frekvent är att följa vad andra skriver. Det gör nästan alla på daglig basis, många mer än 10 gånger per dag. Skriva själv respektive följa nyhetslänkar är mindre frekvent, men ungefär en tredjedel gör det dagligen.

Mobilen är den plattform som kanske är mest intressant för framtiden, och de frågor vi har ställt i vår enkät till gymnasieeleverna är likalydande som i den nationella SOM-undersökningen. Den sistnämnda redovisas också i tabell 3. Vi kan konstatera att mobilen är en teknisk pryl som är användbar till det mesta.

Ungefär en tredjedel av unga mellan 16 och 19 år surfar och använder sociala medier mer än 10 gånger per dag med hjälp av mobilen.

Sett till veckobasis ökar de flesta användningsområden ganska måttligt; antingen använder man mobilen till det mesta och då gör man det frekvent, eller så använder man den inte alls. Troligen handlar det helt enkelt om innehav; har man en smartphone så används den.

Våra gymnasister då, hur ser deras mobilanvändning ut i förhållande till den generella bild vi kan visa i tabell 3? Ifråga om att surfa och använda sociala medier ser det mycket likt ut, och på det stora hela är det ungefär samma fördelning. En stor andel surfar och använder sociala medier mer än tio gånger per dag, medan få söker fakta/information eller tittar på klipp med sådan intensitet. Den riktigt frekventa nyhetskonsumtionen ligger emellertid lägre bland våra gymnasieelever än bland den unga befolkningen i allmänhet. Vi undviker att dra alltför stora växlar på det, och nöjer oss med att konstatera att få står utanför den digitala världen. Mobilen öppnar enorma möjligheter, och därtill finns alla andra digitala plattformar.

I dagböckerna spelar de sociala medierna väldigt olika roller. Två unga kvinnor har fyllt i att de är på Facebook från 09 på morgonen till 22 på kvällen. Av de 15 ifyllda dagböckerna vi har, är det en enda av ungdomarna som inte varit på Facebook under dagen. Den personen har inte använt nätet överhuvudtaget, men har tagit del av nyheter på traditionella plattformar. Vi har förvisso inte frågat om något annat socialt nätverk än Facebook, men även om många andra nätverk är stora så är det troligt att om man också använder andra sociala nätverk, så är man också på Facebook.

Att (ospecifikt) surfa på nätet är också vanligt. Det har tio av de 15 gjort under den dag de förde dagbok. Spridningen är emellertid stor. Dels är det då fem personer som inte alls surfat på nätet, medan några anger att de gjort det mer än fyra timmar den dag de förde dagbok. I mobilen.

Musiken är viktig i ungdomars vardag. Det har inget med nätet att göra, men vi har bett dem fylla i när de lyssnar på musik, spelar spel respektive tittar på film i mediedagböckerna. Titta på film (1 person) och spela spel (2 personer) är inget som många av våra ungdomar gör, men de lyssnar däremot på musik. Tio av dem anger att de gör så, och antalet timmar är relativt många – från en timme till 6,5 timmar. Några lyssnar också på musik i skolan. Vi kan anta att det i huvudsak handlar om att lyssna via Spotify, men det är ingenting vi frågat om.

Om vi fokuserar nyheter och deras roll i sociala medier, är den generella uppfattningen i våra fokusgrupper att i jämförelsen mellan traditionella och nya medier så är det de traditionella som står för seriositet och trovärdighet. Undantaget är kvällstidningarna som genomsyras av för mycket nöje, medan tv-nyheterna uppfattas som en trovärdig nyhetskanal och internet fungerar som ett komplement för ungdomarna om de vill fördjupa sig i någon nyhet. Diskussionen om vilka medier man använder för fördjupning av nyheter delar ungdomarna i två läger. En del föredrar att skaffa fördjupningen på egen hand genom

att själva leta information på nätet och själva dra slutsatser utifrån flera källor. Andra förlitar sig på att tv-nyheterna serverar djupet i nyhetsförmedlingen och ser tv-nyheterna och då framförallt SVT som en säker källa för nyanserade nyheter.

Diskussionen kring nyheter och sociala medier, framförallt Facebook och Twitter, visar att de unga menar om det är mycket rykten som florerar och att det är ett forum där man är social snarare än att ta del av nyheter. Snappar de upp en nyhet på exempelvis Facebook tar de gärna hjälp av Aftonbladet eller Google för att kontrollera uppgifterna.

Ungdomarnas uppfattningar är inte konsistenta – och det gäller för övrigt ofta i befolkningen som helhet också – i det att ”kvällstidningarna” inte antas vara seriösa samtidigt som aftonbladet.se används för både snabb nyhetsinhämtning och fördjupning. Ett skäl till aftonbladets starka ställning online kan säkert vara att det är aftonbladet.se som är den som uppdaterar snabbast och mest, och om man då med hög regelbundenhet tittar efter om något har hänt respektive att inget har hänt så blir det ändå den källa som man vänder sig till. Ett annat skäl kan vara att kvällstidningarna på papper bedöms efter sina löpsedlar medan det inte gäller online. En tredje förklaring är att aftonbladet online, i datorn, plattan eller mobilen, överhuvudtaget inte uppfattas som en kvällstidning av de unga. Under deras livstid har kvällstidningarna aldrig utkommit kvällen utan på morgonen, vilket innebär att begreppet kvällstidning för dem på ett sätt är helt irrelevant. Frågan är helt enkelt i vilken mån de känner till olika tidningskategorier och vad som karaktäriserar dem.

Ungdomarna säger sig vara medvetna om vikten att vara källkritisk och inte förlita sig på en kanal och avsändare. Med dagens medieutbud och alla olika plattformar är det enkelt att bredda sin informationssökning, men kräver också att man har förmågan att vara kritisk till den uppsjö av information som finns tillgänglig idag (för en översikt, se Carlsson (red), 2013). Källkritik är ett begrepp som framkom flera gånger under gruppdiskussionerna och sättet det diskuterades på vittnar om att de unga har relativt god kunskap om källkritikens betydelse i ett förändrat medielandskap. Samtidigt får man inte glömma att det är en sak att ha kunskap om källkritik *i allmänhet* respektive att verkligen *vara* källkritisk.

Bloggar är något som endast ett fåtal av våra intervjuade ungdomar har tid och lust att läsa och följa. Argumenten är att det tar alldeles för mycket tid och att det finns snabbare och bättre sätt att följa enskilda personers liv om man nu har det intresset; Facebook och Twitter är två exempel.

Jag har inte tid att läsa bloggar och tycker att det är allmänt tråkigt, det intresserar mig inte och då spelar det ingen roll om det är en politisk blogg (sambandsvetare, kommunal skola).

Det positiva med Twitter är att man kanske främjar demokratin och hela tiden kontinuerligt får reda på vad de håller på med. Befolkningen får följa med och ur

den aspekten tycker jag att det är bra att de håller på (samhällsvetare, kommunal skola).

Bloggar är lite dött! (samhällsvetare, friskola)

En intressant aspekt är att bloggen i huvudsak inte verkar passa in i de ungas val av medieplattform. Valet av kanaler som används av de unga styrs av den plattform som de föredrar och som passar deras livsstil – i det här fallet mobiltelefonen.

Med smartphones är det ju mycket lättare att kolla Instagram och Twitter medan blogg är mer den stationära datorn (samhällsvetare, friskola).

Instagram exempelvis är mer lättare att kolla då det följer ett flöde än en blogg. Här får man reda på vad alla gör direkt, likadant på Twitter (samhällsvetare, friskola).

Användningen av Facebook är rutinartad hos ungdomarna. Så snart de unga är uppkopplade på nätet loggar de in på Facebook som fungerar både för att hålla koll på viktiga nyhetsflöden av samhällsintresse och för att vårda de sociala relationerna med sina vänner. Det är också via Facebook som unga i denna studie får reda på allmänna nyheter genom att vänner lägger upp länkar och sprider nyheter på det sociala forumet. Att unga använder sig av alternativa informationskällor är känt i forskningssammanhang sedan tidigare och att unga föredrar internet och personliga kontakter för informationshämtning bekräftas även i denna studie.

När nyheter uppfattas som komplicerade blir de personliga kontakterna ett bra substitut till nyhetsmedierna då nyheterna förmedlas på ungas vis. Sociala forum som Facebook kan ses om ett slags fyrhorn, mellanhand eller alternativ till medierna, som talar till ungdomar på ungdomars vis och där unga slussas in på nyhetssajter tack vare att nyheten är rekommenderad av en vän de känner tilltro till.

UNGA OCH NYHETER SOM FENOMEN

Den övergripande bilden vi får från de genomförda fokusgruppsintervjuerna är att nyheter förvisso är något relativt viktigt, men att en nyhet kan vara olika saker. Framförallt är nyheter olika viktigt för de olika fokusgrupperna i denna studie.

Nära och långt bort

Generellt definierar de unga nyheter som något nytt, något som förändrar och framförallt något som engagerar. Men på frågan om de nyligen har läst något som är intressant och nytt kan bara en grupp ringa in något som har funnits med i nyhetsflödet vid fokusgruppsstillfället. Det är samhällsvetarna från friskolan som genast diskuterar IKEAs bortredigering av kvinnor i IKEA-katalogen som ges ut i Saudiarabien. Samhällsvetarna från friskolan visar sig generellt vara pålästa och vet vad som har hänt på nyhetsfronten, framförallt internationellt, jämfört med de övriga grupperna. Nyhetsflödet tar de del av främst via morgontidning och radions P3, ofta på väg till skolan. De resonerar själva kring att det kan bero på att de just nu läser internationell politik i samhällskunskapen och menar vidare att skolan ställer krav på att de ska vara uppdaterade om vad som händer och sker i omvärlden.

Jag läser inte tidningen för att glänsa, det är viktigt att allmänt veta vad som händer (samhällsvetare, friskola).

Jag tycker att det är pinsamt att sitta i skolan, speciellt nu när vi läser internationella relationer och läraren drar paralleller till konflikter som sker just nu och man har ingen aning om vad han pratar om – då skriver jag tyst upp det: Googla det här! (samhällsvetare, friskola).

De andra fokusgrupperna ger en annan bild av vad de fångar upp i nyhetsflödet. De kopplar ihop de lokala nyheterna med sin egen vardag på ett väldigt tydligt sätt.

Man måste ju ta reda på om man känner någon i tidningen, om man känner någon som har kört rattfull... så att man vet att man inte ska åka med honom! (fordon- och transportprogrammet).

Om någon har blivit våldtagen på ett ställe, då vet man att man ska undvika att gå där (vård- och omsorgsprogrammet).

Det som händer i Sundsvall eller i regionen är viktigt att veta, men inte något som är längre bort (fordon- och transportprogrammet).

Intervjuerna visar tydligt att de lokala nyheterna, det som händer i ungdomarnas omedelbara närhet, prioriteras av den enkla anledningen att det hjälper dem att navigera i samhället, på mikronivå. Informationen de får av de lokala nyheterna hjälper dem att förstå hur de själva ska bete sig i sitt eget närområde. Den mer allmänna samhällsdebatten berörs inte på samma sätt som hos samhällsvetarna från friskolan. Förklaringarna kan vara många, men en viktig aspekt kan vara att de har nog av sin egen värld att tackla och hantera. De är kanske för unga för att känna att de är en del av en större helhet. De som läser samhällsprogrammet på friskola är antagligen antingen mer engagerade i sig själva då de aktivt valt att läsa på en friskola – eller så har de aktiva föräldrar som influerat dem till såväl skolval som nyhetskonsumtion.

Gruppen från vård- och omsorgsprogrammet fångar upp nyheter framförallt genom nya medier som Facebook och Aftonbladets sajt, men även Mittnytt för att täcka in det som händer lokalt.

Om det är någon som har dött då kan man gå in och kolla på Facebook, då vet man att det alltid är någon som har lagt upp R.I.P. (vård- och omsorgsprogrammet).

Det är jättemånga som dör nu, ungdomar som går bort (vård- och omsorgsprogrammet).

Jag tittar på Mittnytt nästan varje dag! Det lokala tycker jag är intressant, inte resten av världen, det som kan hända mig – om någon butik går i konkurs till exempel, det kan vara bra att veta (vård- och omsorgsprogrammet)

Fokusgruppen från transport- och fordonsprogrammet anser att det som står i tidningen är en bra definition av vad som är en nyhet. Resonemanget grundar sig på att det är journalisterna som står för nyhetsvärderingen och därmed bestämmer vad som är en nyhet. Just denna grupp är dock ganska vag om vad som faktiskt är en nyhet, men de är överens om att det oväntade och oplanerade är en bra definition av vad som är en nyhet.

En riktigt högprioriterad nyhet för eleverna på fordon- och transportprogrammet är vädernyheter. I huvudsak är vädret viktigt att följa under vintern och inför helgen eftersom det påverkar utomhusaktiviteterna som mycket tydligt dominerar dessa ungdomars fritid. Jakt och skoterkörning är två utomhusaktiviteter som lyfts fram och då är vädret något som förstås är av intresse. Liksom de unga på vård- och omsorgsprogrammet använder sig denna grupp av nyheter och medier för att relatera till sin mikronivå, vilket innebär att kunna möta vardagen snarare än att ta del av den större samhällsdebatten. Utifrån de fyra fokusgrupperna var det således bara en grupp som ansåg det viktigt att vara påläst ur ett större samhällsperspektiv.

Samhällsvetarna från friskolan var väldigt tydliga med att en nyhet är något som skapar debatt vilket gör att synen på nyheter, både ifråga om definition och

innehåll, därmed skiljer sig en hel del från övriga fokusgrupper. Gruppen särskiljer sig även genom att de är även väl uppdaterade om vad som har hänt under de senaste nyhetstimmarna som nämnts ovan.

Vidare menar de att lokala nyheter mestadels är oviktiga nyheter. Synen på lokala nyheter skiljer sig därmed mellan samhällsvetarna från friskolan och elever från den kommunala gymnasieskolan oavsett vilket program dessa läser.

Det är viktigt att veta hur Sverige ställer sig till vissa saker, i en konflikt till exempel (samhällsvetare, friskola).

Vi pratar ganska mycket om USA och presidentvalet (samhällsvetare, friskola).

Det var inget chockerande i tidning som stod idag, det var mest oviktiga lokala saker. De nyheter som finns är typ det som står om Irak och Iran och det är ju inget nytt. Vi har ju vant oss vid det – att det är så där (samhällsvetare, friskola).

Det sätt varpå individer ingår samhället påverkar självfallet hur pass engagerad man själv och familjen är i större samhällsfrågor. Samtidigt är det viktigt att påpeka att de unga har en insikt i att vissa saker påverkar dem, och det är viktigt att känna till sådant – särskilt på det lokala planet.

Ett generellt kriterium för en nyhet enligt eleverna är att en nyhet måste komma med något nytt och oväntat; det oplanerade är därmed en gemensam definition av en nyhet. Man kan säga att de unga styrs av sin egen verklighet och att de genom denna verklighet även konsumerar nyheter därefter. Större aktuella utrikesnyheter som exempelvis kriget i Syrien uppfattas visserligen av de flesta intervjuade som en nyhet – men inte som så viktig att ha kunskap om eller någon större insikt i. Den allmänna uppfattningen är att det är för jobbigt att ta del av och att det ändå inte går att göra något åt situationen.

Här finns det dock skillnader mellan grupperna och det är återigen samhällsvetarna från friskolan som skiljer sig från ovanstående resonemang om vikten av utrikesnyheter. De menar att det är viktigt att ha kunskap om och insikt i vad som händer i en större kontext. Ett skäl är att skolan ställer krav på dem att de ska ha kunskap om den internationella politiska kontexten. Här finns det ett intresse att följa större utrikespolitiska nyheter som, i denna grupp, även uppfattas som mer intressanta och relevanta än de lokala. Det tenderar att bli en positiv spiral; genom att konsumera nyheter ökar nyhetsintresset och ett större nyhetsintresse ökar nyhetskonsumentionerna än mer (jfr Raeymaeckers, 2007).

Nyheter och allmänbildning

Nyheter anses överlag vara viktiga för att hänga med i samhällsutvecklingen. Utan nyhetskällor skulle livet bli isolerat och det skulle bli svårt att leva efter gemensamma premisser och förutsättningar.

Det är viktigt att leva enat, att man inte är isolerad. Genom att sprida nyheter sprider man ju kunskap (samhällsvetare, kommunal skola).

Det är viktigt om man vill hänga med i utvecklingen, det handlar ju om kunskap för framtiden (samhällsvetare, kommunal skola).

Det är viktigt med nyheter för att kunna föra en diskussion och konversation med någon. Speciellt inom vården vet man ju aldrig om man kommer hem till någon måste man ju ha något att prata om. Då är det bra att hålla sig uppdaterad (vård- och omsorgsprogrammet).

Att det är viktigt med nyheter är alltså de unga i studien rörande överens om i *princip*. Det är därmed inte sagt att de för den skull tar del av dem. Nyheter anses dock mestadels vara viktigt för deras egen skull, för att inte hamna utanför det vardagliga samtalet, än för att få förståelse för en större samhällskontext. Många ser ändå nyheter som något centralt för att skapa sig en god allmänbildning, något som är viktigt för att kunna föra ett samtal i vardagen eftersom mycket baseras på just sådant som har hänt: nyheter (jfr Huang et al, 2009).

Samhällsvetarna från friskolan menar att allmänbildningen får man från flera olika håll som skolan, kompisar och medier. Dessa ungdomar använder sin allmänbildning i skolarbetet på ett aktivt sätt då skolans arbetssätt kräver att de är uppdaterade i samhällsfrågor.

Det som vi lär oss i skolan uppmärksammar jag mer i medierna eftersom då vet jag vad det handlar om (samhällsvetare, friskola).

Skolan är mer en informationskälla än vad mina föräldrar är (samhällsvetare, friskola).

De unga från de andra fokusgrupperna, med en annan utbildningsbakgrund, tänker sig alltså sin allmänbildning som ett redskap för att kunna hänga med i vardagssamtal. För dem är det viktigaste att inte verka alltför okunnig i vardags-situationer. De menar vidare att det i deras framtida yrkesliv säkerligen kommer att krävas allmänbildning för att kunna konversera, framförallt om man arbetar inom vården där man dagligen pratar med människor av olika slag. Men det gäller fler än dem från vård- och omsorgsprogrammet.

Så att man har något att prata om på dagarna (fordon- och transportprogrammet).

Allmänbildning vidgar ens perspektiv, till exempel kan man bli mindre främlingsfientlig, får större acceptans för nya intryck (samhällsvetare, friskola).

En intressant reflektion är att allmänbildning ses som en förutsättning för att skapa en större tolerans i samhället. Mediernas betydelse för att skapa grundläggande demokratiska värderingar är därmed något som även unga anser är viktigt. Återigen: *i princip*.

Det som däremot många av de unga inte känner igen sig i är grundkravet som ställs på medborgare i ett demokratiskt samhälle – att ta del och vara engagerad i samhällsdebatten.

Det är inte viktigt för mig. Jag kan tycka saker men gör sällan något av det. Jag gör nog inte så stort intryck i medievärlden (samhällsvetare, kommunal skola).

Om jag skulle ta in mer nyheter tror jag att jag skulle kunna vara mer allmänbildad. Jag vill ju vara intresserad! Jag vill vara politiskt medveten och det har jag försökt, jag har pratat med SSU och MUF när de har varit på skolan, när man har haft möjlighet så försöker jag... men de går liksom inte! Ibland kan jag försöka sätta mig med tidningen på morgonen... men jag vet inte, jag har ju tid men av någon anledning kan jag inte få till det till en rutin och därmed ett intresse och det kan jag tycka är synd! (samhällsvetare, kommunal skola)

Det är inte självklart hur man ska kunna förklara en sådan inställning. En tolkning kan emellertid vara att de unga ännu inte känner sig integrerade i samhället. De har ännu inte hunnit se att de är en del av helheten, något som många kommer till insikt i först när man börjar arbeta, betalar skatt, skaffar eget boende etc. I så fall är det med största sannolikhet något som hör till var i livscykeln man befinner sig, snarare än vilken generation man tillhör.

En annan tolkning är att det individuella intresset överhuvudtaget inte finns. Skälet till att det inte finns kan i sin tur bero på att det inte uppmuntras och därför inte känns ”naturligt”, men det kan också vara så att det inte känns nödvändigt och viktigt eftersom man de facto inte behöver bry sig; samhället fungerar ganska väl i alla fall.

Samhällsvetarna på friskolan resonerar på ett helt annat sätt. De kopplar gärna in goda nyheter i vardagssamtalet vännar emellan och diskuterar ständigt aktuella nyheter. Men det är inte många som pratar om nyheter i kompiskretsen. Sker det så är det i skolans regi och i ett ämne som samhällskunskapen där det diskuteras, men inget man tar ett eget initiativ till.

Vi sinsemellan kan sitta och diskutera, men aldrig med en naturvetare. De skulle bara stänga av och mumla att vi samhällsvetare bara vill diskutera. Det präglar oss så himla mycket och det är en stor skillnad (samhällsvetare, friskola)

För mig som har gått natur är det en skillnad i hur jag pratar hemma. Jag har ett bredare tänk och tar in, tänker på ett annat sätt. Mycket på natur handlar om rätt eller fel (samhällsvetare, friskola)

Tydligt är att skolan är en klar och viktig socialisationsagent och en viktig institution för hur unga ser på omvärlden och känner sig engagerade av frågor som ligger utanför deras närområde. Det är också tydligt att även unga använder medier för att navigera i samhället – men mediernas stora bidrag är att de å sin sida är med och formar de ungas världsbild (jfr Giddens, 2007) vilket gör det än mer viktigt att det finns vuxna i deras närhet som kan nyansera mediebilderna på såväl mikro- som makronivå.

Även om de allra flesta anser att nyheter är viktiga, om än på olika sätt, finns det ingen direkt vilja att betala för nyheter. De flesta menar att radio, tv och internet finns ju där ändå och tänker inte på att även abonnemang och teknik kostar pengar. De unga tar för givet att det mobila och flexibla medieutbudet och dess plattformar helt enkelt bara existerar.

Men nyheter har ju alltid varit en gratis vara! (samhällsvetare, friskola)

Då tittar jag hellre på Mittnytt! (vård- och omsorgsprogrammet)

Tidningen har ju alltid kostat pengar så det är ju inget konstigt (samhällsvetare, friskola)

Inte en chans att jag skulle betala! (fordon- och transportprogrammet)

De unga är uppväxta med ett rikt och flexibelt medieutbud vilket gör det svårt för dem att inte ta medierna för givet. De bor dessutom i samtliga fall kvar i föräldrahemmet, vilket troligen gör att de själva ännu inte börjat betala för sina medieval i någon större utsträckning. Precis som maten på bordet och schampot i duschen så är medierna något som bara finns.

Många av de tillfrågade tycker att det är för mycket nöje i exempelvis kvällstidningarna och menar att om man vill ha nöje kan man ju betala för det, medan sakliga nyheter borde vara en gratisvara.

Det är ju mer nöje i kvällstidningarna och tittar man i en butik, typ Pressbyrån så är det nöje. Vill jag ha information så går jag på nätet, jag köper inte en tidning (samhällsvetare, friskola).

Jo men ibland blir man ju sugen att köpa Plus, det står så roliga saker, spännande rubriker (fordon- och transportprogrammet).

På frågan om vilka nyheter de skulle kunna tänka sig att betala för om de vore tvungna, så svarar de nästan samstämmigt att det skulle vara tidningen och internet, även om åsikten att papperstidningen kostar för mycket finns, att den tar för stor plats och dessutom skräpar ner för mycket.

Betalningsbenägenheten för nyheter bland de unga är således måttligt hög (jfr Wadbring, 2012). Driver man saken till sin spets och frågar om de verkligen

måste bestämma sig för minst en plattform blir svaret appar, exempelvis Aftonbladets app, med det absoluta samstämmiga kravet att det måste vara opartiska nyheter. Det blir här uppenbart att ”kvällstidningar” och Aftonbladets app är två helt olika saker för de unga. Kvällstidningar diskuterar de i termer av nöje som man kan betala för medan Aftonbladets app innehåller opartiska nyheter. Det principiella källkritiska resonemanget som de gett uttryck för ovan följer således inte riktigt med när de resonerar kring olika mediers innehåll.

Man kan ändå skönja en dold insikt hos de unga i fokusgrupperna, oavsett utbildningsbakgrund, att nyheter och journalister är viktiga faktorer i ett samhälle. Opertiska nyheter tycks vara hårdvara för de unga.

Ställer dagens unga nya krav på deltagande?

Frågan om vad som är åldersrelaterade beteenden och attityder i förhållande till generationsbaserade är omöjligt att avgöra med en kvalitativ studie av denna typ. Där behövs longitudinella studier där generationer kan följas över tid. Likväl tycker vi att vi finner ett och annat som kan slås fast med ganska stor tydlighet.

Att dagens ungdomar skulle ha helt andra krav på dialog och delaktighet i nyhetsprocessen jämfört med dem som är äldre stämmer överhuvudtaget inte överens med resultatet i denna studie. De unga är snarare tveksamma till att påverka och vara delaktiga. Framför allt känner det inget behov av att vara det. Det finns en osäkerhet att uttrycka sig offentligt eftersom de inte känner att de har kunskap nog att bemöta en djupare argumentation som skulle kunna uppstå.

Det är inte viktigt för mig. Jag kan tycka en massa saker men gör sällan något av det. Jag gör nog inte så stort intryck i medievärlden (sambällsvetare, kommunal skola).

Man vill säga vad man tycker, det är kul, men på sociala medier... jag vågar inte uttala mig för man är rädd att det ska komma någon och rätta en och då kan det bli en argumentation, man vågar inte ge sig in i det (sambällsvetare, kommunal skola).

Jag skulle inte skriva själv men jag skulle prata om det (sambällsvetare, friskola).

Törs inte! Får bara en massa skit tillbaka! (transport- och fordonsprogrammet)

Däremot anser de unga att det är bra att det finns en möjlighet för vanliga läsare att både reagera på exempelvis nyhetsartiklar i form av kommentarsfälten och att komma med egna nyheter. Yttrandefriheten och vår demokrati kräver att det finns en möjlighet att göra sin stämma hörd om man så skulle önska, resonerar de.

Det finns heller ingen som helst oro att gemene man skulle ta över nyhetsprocessen. Samtliga är övertygade om att utbildade journalister behövs för att

garantera en objektiv nyhetsrapportering. Det finns således en uppfattning att journalister är en förutsättning för att kunna nyhetsvärdera händelser och leverera en hög kvalitet på nyheterna, något som gemene man inte kan enligt de unga. Det finns ingen i fokusgrupperna som ifrågasätter journalistrollens funktion i ett samhälle, utan snarare tvärtom.

Även om de unga inte vill delta i nyhetsprocessen genom att synas i olika forum så skulle de gärna vara med och agera idéspruta ifråga om viktiga nyheter som ligger dem nära hjärtat. Det handlar således mer om att verka i det tysta än i det offentliga.

Traditionella medier viktiga när något händer

Vid extraordinära händelser som sker nationellt eller internationellt säger de unga att de i princip föredrar radio eller tv som första källa. Även Aftonbladets näredition rankas högt. För att få en kompletterande bild används både Facebook och Google. De sociala medierna uppfattas som snabbare, men där de unga är medvetna om att det krävs en högre grad av källkritik. Deras uppfattning av Aftonbladet är att det inte alltid behöver vara sanningen som presenteras. Ytterligare ett exempel på den ibland ambivalenta inställningen till Aftonbladet. Tv-nyheterna i SVT och TV4 har högst trovärdighet bland de unga.

SVT, jag vet inte riktigt vad det är men det är något med den här statliga kanalen... jag är mer trogen den på något sätt (sambällsvetare, kommunal skola).

Det känns inte som att SVT skulle ljuga (sambällsvetare, kommunal skola).

När extraordinära händelser däremot sker lokalt är det helt andra kanaler som de unga prioriterar. De är samstämmiga i resonemanget här är att det är personliga kontakter som är den snabbaste vägen till nyheten och att uppdatera sig om läget. Den lokala tidningen på nätet blir ett omedelbart komplement till de personliga kontakterna för att sedan följas upp av de regionala tv-nyheterna. De unga från vård- och omsorgsprogrammet skiljer sig från de andra grupperna genom att välja Facebook som den främsta kanalen när det gäller att snabbt uppdatera sig om det lokala läget.

Om man istället diskuterar frågan utifrån en specifik händelse som dådet på Utøya framkommer en annan bild. De allra flesta säger att de fick veta vad som hade hänt på sociala forum som Facebook, Twitter och Flashback snarare än via de traditionella medierna. Det är förvisso inte särskilt konstigt. När en nyhet med sådan dignitet inträffar sker spridningen fort. Dessutom finns ingen journalist från något traditionellt medium på plats. Det innebär att de första signalerna om vad som har hänt måste komma någon annanstans ifrån. Nyhetens

viktigaste kriterium – aktualitet och tidsmässig närhet (Ghersetti, 2012) – blir därmed sociala mediers styrka.

När vi vill ta del av vad som sker i händelsernas centrum finns det inget som kan konkurrera med de sociala forumen. När det däremot finns tid för eftertanke och reflektion är de traditionella medierna svårslagna. Här fyller journalisterna en samhällsbärande funktion med en mer nyanserad, distanserad och djupare analys av händelsen. Vår studie stärker resonemanget då gymnasieleverna i vår studie initialt fick reda på nyheten genom de sociala medierna men följde sedan upp händelsen med främst TV nyheter och kvällstidningar.

Sammantaget kan vi således konstatera att de sociala medierna i flera avseenden kompletterar de traditionella medierna – men inte ersätter dem.

UNGA MÄNNISKORS FÖRHÅLLNINGSSÄTT TILL NYHETER

Så har vi då kommit till slutet av denna rapport och ska försöka sammanfatta de trådar som vi tidigare lagt ut. Två frågeställningar guidade oss igenom det empiriska arbetet och vi sammanfattar dem först i tur och ordning.

Ungas rutiner, vanor och nyheternas plats i vardagen

I den mån våra unga intervjupersoner har rutiner och vanor så tycks det primärt vara de sociala medierna som ingår där, inte de traditionella massmedierna. Nästan alla använder sociala medier en vanlig vecka och mobilen är kanske den viktigaste plattformen för de unga. Nyhetsmedierna används inte så frekvent, men de som används mest frekvent är kvällstidningarna online och morgontidningar på papper. Sett till nyhetskonsumtionen under en vecka, dvs även den sporadiska användning, så tittar också de flesta på tv-nyheter.

Den dominans som aftenbladet.se har som nyhetskälla i de ungas liv är tydlig. Samtidigt som man tycker att kvällstidningar är skvallriga, så representerar Aftonbladets app opartiska nyheter. Dit kan man vända sig när man vill följa upp en nyhet som man fått via exempelvis sociala medier. Det är oklart om de unga överhuvudtaget kopplar samman kvällstidningen Aftonbladet på papper med Aftonbladets app, men det tycks faktiskt inte så.

De unga tycker att nyheter är viktiga, i alla fall i princip. Samtidigt är det snarast något som man förväntar sig ska bli mer intressant när man blir äldre. Det är inte något orimligt förhållningssätt, eftersom det är då de kommer att ”behöva” nyheter i högre grad, och kanske också ha ett mer inrutat liv där nyheter får en mer given plats. Men det är heller inte självklart att det kommer att bli så, eftersom alla slags nyheter konkurrerar med såväl andra medier som helt andra saker. Det kommer det att göra även när dagens unga blir äldre.

Fenomenet nyheter i traditionella och sociala medier

Nyheter är viktigt – i alla fall i princip – för de intervjuade ungdomarna, men det är också något som av en del uppfattas som svårt. Det finns en tydlig skilljelinje ifråga om vad som anses vara viktiga nyheter. Distinktionen handlar om avstånd, framför allt geografiskt. Den ena gruppen, samhällsvetarna från friskolan, riktar blicken långt utanför den egna sfären, mot politik i olika avseenden, mot samhälls skeenden. Den andra gruppen, vilket är samtliga övriga ungdomar, riktar blicken mot den lokala sfären. Det som ses som viktigt är sådant som vädret, butiker som gått i konkurs och vem som kört rattfull. Det sistnämnda för övrigt något de aldrig skulle få veta genom traditionella medier – men däremot kanske genom sociala medier.

Gemensamt för dem är, trots det olikartade geografiska avståndet, att de vill vara lite pålästa så att de kan prata, konversera, med människor. Människor innefattar i detta avseende allt från kommande patienter till goda vänner.

Samhällsvetarna från friskolan har också ett tydligt krav på sig från skolan att de ska följa med i vad som händer. Och det gör de. Ingen tycktes ha några invändningar mot det, utan det handlade snarare om att det var svårt att prata med andra jämnåriga som inte hade samma krav på sig.

Att själva delta i nyhetsproduktionen är det ingen av de intervjuade som har något större intresse av. Men återigen tycker de att det i princip är bra att människor har möjlighet att delta. Uppfattningen att det behövs journalister som garanter för objektiviteten tycks dock utbredd.

Unga nyhetskonsumenter och framtiden

Att unga människors nyhetskonsumention av traditionella nyhetsmedier har förändrats kan vi belägga med data från nationella undersökningar. Nedgången är tydlig över tid, särskilt för läsning av morgontidning på papper. Å andra sidan så är morgontidning på papper tillsammans med kvällstidning online fortfarande de vanligaste nyhetskanalerna för de unga. Även om vi ser en nedgång i konsumtionen av traditionella medieformer, så ser vi också en spridning av nyheterkonsumtion i nya plattformar. Frågan är hur mycket som egentligen är nytt under solen.

År 1996 kom en rapport som handlade om ungdomars användning av massmedier. Syftet med den var att *diskutera vad som utmärker ungdomsfasen i dagens allt mer snabbföränderliga samhälle* (Reimer, 1996:2). Internet nämns inte i rapporten, utan det elektroniska medium som diskuteras är tv. I slutet av 1980-talet avreglerades radio- och tv-marknaden, så det är inte särskilt märkligt att en stor del av diskussionen ägnades åt just det. Och även då tyckte man att samhället var snabbföränderligt. Mest intressant är kanske att slutsatsen som drogs i nämnda rapport är precis den som skulle kunna dras här, nämligen följande – som också är slutorden i rapporten (Reimer, 1996:37):

...en förutsättning för ett väl fungerande samhälle är möjligheten till kommunikation och diskussion. Det är de möjligheterna som hotas av en ökad polarisering.

Att ungdomar väljer olika medier och därmed skapar olika bilder av sin omvärld är precis det som varje forskare varnar för när man ser ökade klyftor mellan dem som tar del och dem som inte tar del. Farhågorna är inget nytt under solen. Frågan är om de faktiska förhållandena är nya.

Delvis så tror vi att de faktiska förhållandena faktiskt är nya. Den konkurrens som finns om människors tid har aldrig varit större än nu, och de som är

unga idag växer upp i denna konkurrens och tar med sig den in i vuxenvärlden. Att konkurrensen ökar över tid är emellertid inget nytt. Det är heller ingenting som vi sett slutet på. Om en motsvarande rapport skrivs om 10-20 år så kommer konkurrensen med största sannolikhet att ha ökat ännu mer. Även då kommer det att vara de unga – dvs. de som är unga då – som är de första som anammar det nya.

Den intressanta frågan är konsekvenserna av förändringen och den ökande konkurrensen. Spelar det någon roll om man scannar förstasidan och några rubriker i en tryckt morgontidning och småsover framför Rapport på kvällen eller om man använder Aftonbladets app och är aktiv på sociala medier mest hela dagen? Svaret är faktiskt inte givet.

Är det då viktigt att vi alla tagit del av samma medier för att få en gemensam världsbild? Inte heller här är svaret givet. Det är väl snarare så att i dagens digitala värld är det en omöjlighet att helt stå utanför nyhetsflödet – stora händelser går inte att undvika. Och nyhetsvärderingen hos medierna är relativt likartad vilket kanske gör att många medier serverar ungefär samma nyhetsmix. Vi får en gemensam världsbild trots att vi tar del av olika medier (jfr Coleman & McCombs, 2007). Man ska helt enkelt inte vara alltför snabb med att förkasta det nya.

Vad man å andra sidan inte heller bör göra, är att blunda för de ökande klyftor vi ser. Inte heller klyftor är något nytt, men det är lättare både för dem som vill söka kvalificerad information och dem som vill söka mer förströelse att göra just det. Och internet har på intet sätt blivit någon utjämnare av klyftor, vilket det länge fanns förhoppningar om (Curran et al. 2012). Kanske är det till och med Aftonbladets app som är den största utjämnaren av nyhetsklyftorna?

DEL III

TEKNIKALITETER

REFERENSER

- Aalberg, T. & Curran, J. (2011). *How Media Inform Democracy. A Comparative Approach*. London: Routledge.
- Andersson, U. & Wadbring, I. (2008). Användningen av medier i förändringens tidevarv. I Hvitfelt, H. & Nygren, G. (red). *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik, marknad*. Lund: Studentlitteratur
- Aroldi, P. & Colombo, F. (2006). Generational Belonging and Mediascape in Europe. *Journal of Social Science Education* 6(1): 34-44.
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2002). *Medierna i vardagslivet. En metodologisk skiss över hur det är möjligt att använda dagböcker som insamlingsmetod i medieforskningen*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Bergström, A. & Wadbring, I. (2012). Läsare som medskapare av innehåll. I Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (red). *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bovill, M. & Livingstone, S. (2001). Bedroom Culture and the Privatization of Media Use [online]. London: LSE Research Online. Available at: <http://eprints.lse.ac.uk/archive/00000672>
- Boyd, M. J., Zaff, J. F., Phelps, E., Weiner, M. B. & Lerner, R. M. (2011). The Relationship Between Adolescent's News Media Use and Civic Engagement: The Indirect Effect of Interpersonal Communication With Parents. In *Journal of Adolescence* 34, pp. 1167-1179.
- Carey, J. & Elton, M. C. J. (2010). *When Media are New. Understanding the Dynamics of New Media Adoption and Use*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Carlsson, U. (red). (2013). *Medie- och informationskunnighet i nätverkssamhället. Skolan och demokratin*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Coleman, R. & McCombs, M. (2007). The Young and Agenda-less? Exploring Age-related Differences in Agenda Setting on the Youngest Generation, Baby Boomers, and the Civic Generation. In *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 84(3), pp. 495-508.
- Curran, J., Fenton, N. & Freedman, D. (2012). *Misunderstanding the Internet*. Milton Park & New York: Routledge.
- Dutta-Bergman, M. J. (2004). Complementarity in Consumption of News Types Across Traditional and New Media, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 48(1), pp. 41-60.
- Ellegård, K. & Nordell, K. (1997). *Att byta vanmakt mot egenmakt. Metodbok*. Stockholm: Johansson & Skyttmo Förlag.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorposis. Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Findahl, O. (2009). *Unga svenskar och internet*. Stockholm: World Internet Institute.

- Findahl, O. (2010). *Svenskarna och internet*. Stockholm: World Internet Institute
- Findahl, O. (2012). *Barn och ungas medieanvändning i Internetvärlden*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, M. (2011). Val av nyhetskanal när krisen inträffar. I Holmberg, S.; Weibull, L. & Oscarsson, H (red). *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, M. (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red), *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.
- Giddens, A. (2007). *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Gilleard, C. & Higgs, P. (2000). *Cultures of Ageing, Self, Citizen and the Body*. Harlow: Prentice Hall.
- Hedman, U. (2009). *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete, nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Huang, E. (2009). The Causes of Youth's Low News Consumption and Strategies for Making Youths Happy News Consumers. In *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 15(1), pp. 105-122.
- Høyer, S. (1989). *Små samtaler og store medier. En bok om kommunikasjon mellom mennesker og medier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Iyengar, S. (2011). *Media Politics, a Citizen's Guide*. New York: W.W Norton & Company.
- Karlsson, M. (2011). Flourishing but restrained. The Evolution of Participatory Journalism in Sweden Online News 2005-2009. In *Journalism Practice* 5(1), pp. 68-84.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. In Kecskemeti, P. (ed). *Essays on the Sociology of Knowledge*. New York: Oxford University Press.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. Los Angeles, Sage Publications.
- Mediabarometern 2011* (2012). Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Nilsson, Å. (2005). Tidningsläsandets åldrar och generationer. I Bergström, A.; Wadbring, I. & Weibull, L (red). *Nypressat – ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Picard, R. G. (2010). *Value Creation and the Future of News Organizations*. Lisboa: Media XXI.
- Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1. *On the Horizon* 9(5): 1-6.
- Prensky, M. (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants, Part 2: Do they really think differently? *On the Horizon* 9(6): 1-6.
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy. How Media Choise Increase Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press.
- Raeymaeckers, K. (2002). Young People and the Patterns of Time Consumption in Relation to Print Media. *European Journal of Communication*, 17:3, pp. 369-383.

- Raeymaeckers, K. (2007). Newspapers Editors in Search of Young Readers. Content and Layout Strategies to Win New Readers. *Journalism studies*, 5:2, pp. 221-232.
- Reichenberg, M. & Wadbring, I. (2004). Lätt och svårt i tidningsspråk. I Holmberg, S. & Weibull, L. (red) *Ju mer vi är tillsammans*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Reimer, B. (1996). *Inte utan relevans – om ungdomars användning av massmedier*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Rubin, A. M. (2002). The Uses- and-Grafitifications Perspective of Media Effects. In Bryant J. & Zillman, D. (eds). *Media Effects. Advances in Theory and Research*. Second Edition. Hamwah and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rydin, I. & Sjöberg, U. (2008). Internet as a Communicative Space for Identity Construction among Diaspora Families in Sweden. I Rydin, I. & Sjöberg, U. (eds). *Mediated Crossroads, Identity, Youth Culture and Ethnicity*. Göteborg: Nordicom.
- Schröder, K. C. & Larsen, B. S. (2010). The Shifting Cross-Media News Landscape. *Journalism Studies*, 11:4, pp. 524-534.
- Schofield Clark, L. (2011). Digital Media and The Generation Gap. *Information, Communication & Society*, 12:3, pp. 388-407.
- Scudson, M. (2003) *The Sociology of News*. New York & London: W. W. Norton & Company.
- Shehata, A. (2012). Programpreferenser och den svenska nyhetspubliken. I Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (red). *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Shehata, A. & Wadbring, I. (2012). Allt fler står utanför nyhetsvärlden. I Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (red). *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Stephens, M. (2007). *A History of News. Third Edition*. New York & Oxford: Oxford University Press.
- Sternvik, J. (2010). Ungas nyhetskonsumtion i en föränderlig nyhetsvärld. I Holmberg, S. & Weibull, L. (red). *Nordiskt ljus*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Sternvik, J.; Weibull, L. & Nilsson, Å. (2005). Dagstidningsläsningens teori och empiri. I Bergström, A.; Wadbring, I. & Weibull, L. (red). *Nypressat – ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: JMG, Göteborgs universitet.
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M. & shehata, A. (2012) The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: a Longitudinal Perspective. In *International Journal of Public Opinion Research*, June 2012.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital. How the Net Generation is Changing Our World*. New York: McGraw Hill.
- Vernersdotter, F. (2013). SOM-undersökningen 2012. I Weibull, L., Oscarsson,

- H. & Bergström, A. (red) *Vägval*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Wadbring, I. (1995). Våra morgonmedievanor. I Nilsson, L. (red) *Västsvensk horisont*. Göteborg: SOM-institutet.
- Wadbring, I. (2012). Inflation eller deflation i mediekonsumtionen? En analys av människors medieutgifter och syn på mediers prisvärdhet. I *Nordicom-Information* 34(1), pp. 37-48.
- Wadbring, I. & Weibull, L. (2013/kommande). *Kris i tidningsfrågan?* Sundsvall: Demicom, Mittuniversitetet.
- Weibull, L. (2011). Medieförtroende och public service. I Holmberg, S., Weibull, L. & Oscarsson, H. (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (2012.) I framtidens skugga. I Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet.
- Westlund, O. (2008). *Media Trust and Media Priming: Swedish News Media 1999-2006*, The Newspaper Research Programme, PM no 70, Göteborgs universitet.
- Westlund, O. (2012a). Användningen av mobilen för information och kommunikation. I Weibull, L.; Oscarsson, H. & Bergström, A. (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet.
- Westlund, O. (2012b). Från gammalt till nytt. Om tidningsledarskap och nyhetsanvändning. Sundsvall: Mittuniversitetet
- Zimic, S. (2010). *Opening the Box. Exploring the Presumptions about the 'Net Generation'*. Sundsvall: Mid Sweden University
- Zukin C., Keeter, S., Andolina, M., Jenkins, K & Delli Carpini, M. (2006). *A New Engagement? Political Participation, Civic Life, and the Changing American Citizen*. New York: Oxford University Press.
- Ås, D. (1978). Studies of Time-Use: Problems and Prospects. *Acta Sociologica*, 21(2).

Fråga 4	Har din familj haft, eller har ni, en prenumeration på en dagstidning?					
	<input type="checkbox"/> Ja, vi har en tidningsprenumeration i familjen nu <input type="checkbox"/> Nej, men vi har tidigare haft en tidningsprenumeration i familjen <input type="checkbox"/> Nej, vi har aldrig haft en tidningsprenumeration i vår familj					
Fråga 5	Är du kvinna eller man?					
	<input type="checkbox"/> Kvinna <input type="checkbox"/> Man					
Fråga 6	Vilken utbildning går du på gymnasiet?					
	<input type="checkbox"/> Hälso-/sjukvård <input type="checkbox"/> Samhällsvetenskap/juridik/media <input type="checkbox"/> Teknik/byggt teknik/industri/transport					
Fråga 7	Hur ofta har du under det senaste året gjort något av något av följande?					
	Ingen gång	Någon gång senaste året	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gånger i veckan	
Läst deckare/skönlitteratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Rest till annan en världsdel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Sysslat med sport/idrott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tittat på text-tv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Varit ute i naturen/friluftsliv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gått på teater/balet etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Varit på rock-/popkonsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Handlat med aktier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Handarbetat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Fotograferat/filmat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tittat på film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Besökt bibliotek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Spelat dator/tv-spel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Följt tv-serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Diskuterat politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Mekat med bil/mc/moped	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Varit på pub/restaurang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Gått på fotboll/hockey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ätit middag med familjen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Tack för dina svar!

BILAGA 2 – INTERVJUGUIDEN

1. Vad är en nyhet?

Vilken är den viktigaste nyheten idag?

Har ni läst, hört eller sett något som är intressant idag?

Är det en nyhet?

Vad tycker ni är en nyhet?

Om något händer, ex Utöya – var får man reda på det först?

Var söker ni vidare information?

Vilka tror ni på? Varför tror ni på dem?

Vem vänder man sig till om man vill ha mer information?

2. Hur viktigt är det med nyheter?

Är det viktigt med nyheter?

Varför? För vem?

Finns det en skyldighet att vara uppdaterad, veta vad som händer?

Nationellt, regionalt, lokalt?

3. Lokalt perspektiv

Om en galning kommer in i en gymnasieskola och börjar skjuta – vad gör ni för att få reda på vad som har hänt?

Lokala medier? Traditionella? Sociala? Kompisar?

4. Källkritik

Hur ser ni på sociala och traditionella medier?

Trovärdiga?

Vad är sanning?

Finns det någon skillnad på traditionella och sociala medier?

5. Det användargenerade innehållet?

Kan vem som helst skapa en nyhet?

Vill ni vara delaktiga i nyhetsprocessen och hur?

Skapa nyheter, dela nyheter, bilder, kommentera?

6. Vad pratar ni om med kompisar?

Vad är allmänbildning?

Tycker ni att ni är allmänbildade?

Var lär man sig viktiga saker? Skolan? Medierna? Kompisar? Hemma?

Är det status/viktigt att vara allmänbildad?

Är nyheter överhuvudtaget viktigt att ha koll på i kompisgänget?

Finns det något område som kompisar vänder sig till dig först?

Känner du att kompisar kommer till dig om de vill veta mer om någon nyhet?
Pratar man om nyheter – med vem? Vilka slags nyheter?

7. Om de fick bestämma: hur skulle en nyhet distribueras?

När - på dygnet?

Var - vilken plattform och kanal?

Hur - vilken plattform och kanal?

Vad – innehåll?

Varför?

Om ni skulle behöva betala för nyheter – Vad kan ni tänka er att betala för?

Vilka nyheter?

Vilken teknik? Digitalt eller traditionellt?

8. Fråga till de som inte alls använder sig av traditionella medier, ex papperstidning:

Vad skulle få dig att börja läsa en papperstidning?

Förändrat innehåll? Layout? Enklare språk? Pris?

9. Funktioner

Vilka behov fyller medierna? När använder ni medierna för olika saker?

Information? Förströelse/avkoppling? Ta död på tid – väntar på bussen, tandläkarens väntrum, innan lektion?

Engagemang i samhället?

Nyfikenhet?

Intresse?

10. Tid och rum

Sitter du vid köksbordet och läser en tidning? Eller var?

Tv i vardagsrummet?

Vad har ni i ert rum?

Tittar ni på tv med familjen?

11. Måltider med familjen?

Hur ser er dag ut?

När och var kommer nyheterna in i er vardag?

Hur ofta äter ni tillsammans med familjen?

Vad pratar man om kring matbordet?

Diskuterar men nyheter? Innehållet?

RAPPORTER FRÅN DEMICOM

Följande rapporter finns utgivna av Demicom. Rapporterna kan laddas ner från hemsidan: www.miun.se/demicom. Tryckta rapporter beställs från Mittuniversitetet, Grafisk service: grafiskservice@miun.se, tel: 060-14 86 00.

1. Johansson, C. & Nord, L. (2011). Konsten att kommunicera oro utan att oroas. Svenska myndigheter under finanskrisen 2008. Demicom nr 1. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-80-7
2. Shehata, A. (2012). Finanskrisen och förtroendet. Demicom rapport nr 2. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-83-8
3. Grusell, M. (2012). Unga om reklam. Demicom nr 3. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-82-1
4. Johansson, C., Miller, V. D. & Hamrin, S. (2011). Communicative Leadership. Theories, Concepts, and Central Communication Behaviors. Demicom nr 4. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-81-4
5. Lundgren, L., Strandh, K. & Johansson, C. (2012). De sociala intranätens praxis. Användning, nytta och framgångsfaktorer. Demicom nr 5. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-84-5
6. Jendel, L. & Nord, L. (2012). Från dörrknackning till gröna pajasnäsor – en studie av riksdagspartiernas särskilda medel inför valet 2010. Demicom nr 6. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-85-2
7. Lundgren, L., Strandh, K. & Johansson, C. (2012) The practices of the social intranets. Usage, benefits and success factors. Demicom nr 7. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-86-9
8. Westlund, O. (2012). Från gammalt till nytt. Om tidningsledarskap och nyhetsanvändning. Demicom nr 8. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-87-6
9. Färm, K-A., Jendel, L. & Nord, L. (2012). Bilden av finanskrisen. En studie av svenska mediers nyhetsrapportering hösten 2008. Demicom nr 9. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-54-4

10. Olsson, J. & Johansson, C. (2013). Kommunikationens värde i offentlig verksamhet. En nulägesanalys av Trafikverket. Demicom nr 10. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-88-3
11. Nord, L. & Shehata, A. (2013). Finanskrisen, förväntningarna och förtroendet. Demicom nr 11. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-86694-89-0
12. Lozanoviski, J. & Wadbring, I. (2013) Unga nyheter. Unga reflektorer kring nyheter och nyhetsvanor. Demicom nr 12. Sundsvall: Mittuniversitetet. ISBN: 978-91-87103-90-2



Mittuniversitetet

DEMICOM

