

Göteborg Universitet

Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)

Medie- och Kommunikationsvetenskap

# **”Nyheter är när George Bush gör något dumt”**

*Fokusgruppsintervjuer med gymnasieungdomar om deras nyhetssyn*

Ingrid Karlsson & Pär Augustsson

Fördjupningskurs HT 2006

Uppsatsarbete 10 p

Handledare: Bengt Johansson

# Abstracts

Titel: "Nyheter är när George Bush gör något dumt" – Fokusgruppintervjuer med gymnasieungdomar om deras nyhetssyn.

Författare: Ingrid Karlsson och Pär Augustsson

Handledare: Bengt Johansson

Kurs: Fortsättningskurs i Medie- och kommunikationsvetenskap, HT-06

Syfte: Att undersöka ungdomars nyhetssyn

Metod och Material: Fokusgruppsintervjuer med 17 gymnasieelever

Huvudresultat: Ungdomarna i våra fokusgrupper tar dagligen del av nyheter, främst genom TV-nyheter, dagspress eller Internet. Samtliga grupper diskuterar om gratistidningarna och att de gärna tar del av dem. Största delen deltar i nyhetsutbudet först och främst för att de vill känna sig uppdaterade om det som sker i deras omvärld. Ungdomarna har även andra motiv för att ta del av nyheter och de mest förekommande är att skapa samtalsämnen med vänner och familj, minska den personliga osäkerheten, bli underhållen och fördriva tiden. Gällande nyhetsvärderingen värderar och definierar våra deltagare nyheter efter den generella uppfattningen om nyhetsvärdering. Att de nyhetsvärderingskriterier som idag finns stämmer även på dem. Nyheter skall ha skett nära i tid och rum och påverka många. De flesta sade att en nyhet ofta har med politik att göra men även att det handlar om nya upptäckter, mord, olyckor, dödsorsaker och naturkatastrofer. Ungdomarna tenderar dock att vara mer intresserade av lätta och roande nyheter än det som de egentligen anser vara allmänt viktiga. Det som skiljer ungdomarna åt från vuxna och åldringar är att de inte känner samma plikt känsla i att ta del av nyheter. De ser på nyheter för att känna sig uppdaterade om sin omvärld men gör det för att de själva känner att de vill det.

<b>1. INLEDNING</b>	<b>3</b>
1.1 Disposition	4
<b>2. BAKGRUND – NYHETER OCH UNGDOMAR SOM MEDIEKONSUMENTER</b>	<b>5</b>
2.1 Ungdomar och medier	5
2.1.1 Läsvanor	5
2.1.2 Internetvanor	6
2.1.3 Tv- och Radiovanor	6
2.2 Nyhetsbegreppet	9
2.3 Nyhetens karaktär	9
2.4 Nyhetsflödet	11
2.4.1 Nyhetsutbud i aktuellt, rapport och nyheterna	12
2.5 Definition av ungdomar	14
<b>3. TEORI</b>	<b>15</b>
3.1 Forskning om nyhetsanvändning	15
3.1.1 Medieanvändning en medborgerlig plikt?	16
3.2 Behov och Motiv	17
3.3 Nyhetsvärdering	19
3.3.1 Nyhetsvärdering igår	19
3.3.2 Nyhetsvärdering idag	21
3.3.3 Svensk och Nordisk nyhetsvärderingsforskning	24
3.3.4 Nyhetsvärderingsforskningens problematik	25
<b>4. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR</b>	<b>27</b>
<b>5. METOD OCH MATERIAL</b>	<b>29</b>
5.1 Metodval	29
5.1.1 Kvalitativ metod	30
5.1.2 Fokusgrupper	30
5.2 Urval – rekrytering	31
5.3 Intervjuguide	32
5.4 Tillvägagångssätt	32
5.5 Validitet och reliabilitet	35
<b>6. RESULTAT OCH ANALYS</b>	<b>37</b>
6.1 Hur använder sig ungdomarna av nyheter?	38
6.1.1 Sammanfattning – Så använder sig ungdomarna av nyheter	41

<b>6.2 Varför ser ungdomar på nyheter, varför inte?</b>	<b>42</b>
<i>6.2.1 Sammanfattning – Därför tar ungdomarna del av nyheter</i>	45
<b>6.3 Hur definierar och värderar ungdomar nyheter?</b>	<b>46</b>
<i>6.3.1 Sammanfattning – Ungdomarnas nyhetsdefinitioner och värderingar.</i>	58
<b>7. SLUTDISKUSSION</b>	<b>60</b>
<b>8. SAMMANFATTNING</b>	<b>62</b>
<b>REFERENSLISTA</b>	<b>64</b>

# 1. Inledning

**”Och nu utrikes; I USA vann demokraterna igår en jordskredsseger...”**

**www.aftonbladet.se: Spädbarn dumpades på banvall**

**”Klockan är kvart i fem det här är Ekot: 15 personer befaras ha omkommit i den tågolycka som...”**

**Dygnet runt: 02.40, en man grips efter att ha brutit sig in på ICA i Haga**

**”Tjena Ninni, läget? Jo, såg du Fuglesang’s uppskjutning igår eller?”**

**”Jay Leno; Well how about George Bush becoming a lame duck, ha? And you now what he answered; no thanks I prefer wild turkey!”**

Alla exempel ovan är olika former av nyheter. Idag ser, hör och läser vi nyheter i allt större omfattning och genom ny teknik, allt från de mer traditionella nyhetsmedierna som TV och dagspress till de mer nya som talkshows på TV och mobiltelefonen. Nyheter finns överallt, runt omkring oss, de är så väl integrerade i vår vardag att man kan säga att nyheter är en naturlig del av våra liv och de uppfyller en rad olika behov.

Nyhetsmedierna speglar de händelser som påverkar samhället och dess utveckling samtidigt som det hör till redaktionernas plikt att informera folket om olika skeenden i samhället. Vi klär oss rätt efter att ha sett väderprognosen, vi undviker bilvägar då vi sett på nyheterna att de är spärrade, vi hålls uppdaterade av olika beslut våra politiker gör och får dagligen en beskrivning om det som händer runt omkring oss. Nyheter fungerar dock inte endast som informationskällor utan de fyller även rollen som exempelvis underhållare då läsaren, lyssnaren, eller tittaren får chansen att koppla av från vardagens bekymmer. Ibland vill man lägga sig i soffan, fly undan vardagen och ta del av andra människors problem och öden för att känna att man inte behöver ta ansvar för det som sker.

Så problemet är inte tillgången av nyheter utan mer överflödet av nyheter. Det som skiljer dagens samhälle ifrån tidigare är att idag kommer nyheterna bokstavligen till oss. Vad som är intressant är då vilka nyheter vi väljer att ta del av och varför. Vad är en nyhet för mig? Vad är en nyhet för dig? Vad är en nyhet för ungdomar?

Ungdomarna är stora mediekonsumenter men vilket utbud tar de egentligen del av? Även om de är aktiva mediekonsumenter, betyder det då per automatik att de är aktiva nyhetskonsumenter?

Vad är det egentligen som gör att en nyhet är en nyhet för ungdomar? Var söker de efter de nyheter de vill ta del av? Vi håller säkert alla med om att nyheter fyller olika funktioner men ifall denna funktion är den samma inom alla åldrar är inte säkert. Är det fråga om information om omvärlden, tidsfördriv, verklighetsbeskrivelse, förströelse, känslöväckande, socialt behov eller identifiering ungdomarna vill få ut av nyheterna? Tar ungdomar del av nyheter överhuvudtaget eller väljer de något annat sätt att ta till sig information om vår värld?

Nyheter kan värderas och definieras på många olika sätt beroende på bland annat ålder, utbildning, uppväxt, intressen och social situation. Eftersom nyheter är något vi stöter på dagligen och något vi helt enkelt inte kan undvika anser vi att det är intressant att studera hur ungdomar egentligen definierar en så alldaglig sak som en nyhet, oberoende deras ursprung och social bakgrund. I debatten om läs- lyssnar- och tittarvanor hävdas ofta att de traditionella nyhetsmedierna tappar de yngre mediekonsumenterna. Därför är vi intresserade av att ta reda på hur ungdomar ser och värderar nyheter. Vår ambition är att diskutera dessa frågeställningar utifrån denna kontext och undersöka gymnasieelevers åsikter och ställningstaganden till nyheter.

## **1.1 Disposition**

Efter en snabb överblick av uppsatsen idé i vår inledning fortsätter vi med bakgrunden för att lägga in vårt problem i en kontext. Vi presenterar hur ungdomars medievanor ser ut idag och därpå följer en redogörelse över nyhetsbegreppet och nyhetens karaktär samt nyhetsflödet. I det tredje kapitlet tar vi upp de teoretiska perspektiv vi utgår ifrån. Vi diskuterar kring nyhetsforskning där vi redogör för medie- och nyhetsanvändning och avslutar med hur nyheter karaktäriseras, nämligen nyhetsvärderingens utgångspunkter. Bakgrunden och det teoretiska perspektivet leder oss till kapitel fyra, det vill säga till problemområdet och genom detta kommer vårt syfte och våra frågeställningar. Vi resonerar kring metod och material i kapitel fem där vi kortfattat redogör för skillnaderna mellan den kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoden. Vi klargör varför vi valt att utnyttja den kvalitativa metoden samt hur man går till väga med fokusgrupper. Därefter följer vårt urval av material och hur en intervjuguide skall se ut. Vi presenterar hur vi arbetat genom processen efter att vi träffat våra fokusgrupper och hur vi gått till väga. Tillslut reflekterar vi kring validiteten och reliabiliteten i vår undersökning och utvärderar vårt arbete. Efter metodkapitlet följer resultatredovisningen och analysen där vi redovisar för frågeställning ett och två, och avslutar analysen med att problemställa frågeställning tre i förhållande till vår teori. Avslutningsvis för vi en slutdiskussion och sammanfattar undersökningen.

## **2. Bakgrund – Nyheter och ungdomar som mediekonsumenter**

I följande kapitel kommer vi att presentera vår bakgrund för undersökningen samt lägga in vårt problem i en kontext för att underlätta läsningen. Vi kommer att redogöra för ungdomars medievanor och nyhetsvanor samt nyhetsbegreppet, dess karaktär och själva nyhetsflödet. Vi presenterar även vilka medier ungdomar använder sig av och hur ofta de gör det i jämförelse med vuxna, pensionärer och barn. Detta ger en klarare bild över hur ungdomars medie- och nyhetsanvändning ser ut i dagsläget och hur det eventuellt avviker från resten av den svenska populationen. Nyhetsbegreppet är således viktigt för att se frågan om ungdomars nyhetsanvändning i ett sammanhang. Vi redogör för vad en nyhet är och gör, samt hur mycket nyheter sänds i etermedier.

### **2.1 Ungdomar och medier**

Svenska ungdomarna är en stor och betydande grupp mediekonsumenter som dagligen använder sig av medier. För att få en överblick över deras medievanor redogör vi för deras användning av dagspress, Internet, TV och radio.

#### **2.1.1 Läsvanor**

Svenskarna hör till ett av de mest dagspressläsande folken i hela världen. Räckvidden för dagspressläsning (både morgontidning och kvällspress) i Sverige har varit relativt stabil under 1990-talet men en svag nedgång har dock skett efter år 2000. Från och med år 2005 har däremot denna nedgång stabiliserats och andelen läsare ligger nu på 80 procent en genomsnittlig dag. Bland ungdomar ligger andelen läsare på 72 procent och är tillsammans med barn i åldern nio till fjorton med 41 procent den minst aktiva läsgruppen. Andelen dagstidningsläsare är högst bland personer över 35 år, högre tjänstemän/akademiker, egna företagare och pensionärer och av dessa läser 90 procent en dagstidning en genomsnittlig dag.<sup>1</sup>

Största andelen dagstidningsläsare läser endast en tidning där morgontidningen främst står för den totala tidningsläsningen. I dag kan man även ta del av dagstidningar på nätet men endast två procent utnyttjar denna möjlighet och detta gäller framförallt kvällspress. Ungdomar föredrar att läsa enbart en dagstidning och då främst en morgontidning, helst i pappersformat. Nättidningar är mer attraktiva bland vuxna i åldern 25-44. Lästiden har i stort sett varit den samma sedan mitten av 1990-talet men skillnaderna i åldersgrupperna varierar. Ungdomar spenderar cirka 23 minuter på

---

<sup>1</sup> Mediebarometern 2005: Dagspress

läsande medan pensionärer lägger betydligt mer tid, nämligen 49 minuter<sup>2</sup>. Under 2000-talet har även gratistidningarna gjort stor succé bland buss- och spårvagnsresenärer. De läses flitigt dagligen och är även populära hos låginkomsttagare och invandrare.

Läsarintresset brukar delas in i kvinnligt och manligt tillval. Män anses ha större intresse att läsa om politik och samhälle, de prioriterar inrikes- och utrikesnyheter samt ekonomiska och politiska kommentarer. Yngre människor och män dominerar även som läsare av sport och förströelse. Kvinnorna anses läsa mer närliggande artiklar som i förstahand innebär familjenytt, hem och hushåll och annonser<sup>3</sup>.

### **2.1.2 Internetvanor**

En genomsnittlig dag tar 42 procent av den svenska befolkningen del av Internet oavsett om det är hemma, på jobbet eller i skolan. Den största andelen användare är både ungdomar och unga vuxna med 54 procent medan den lägsta andelen är bland de äldre som ligger på 15 procent. Användningen har varit relativt stabil under 2000-talet men redan 2005 har användningen ökat både per dag och per vecka. Den totala tiden för den svenska befolkningens Internetanvändning en genomsnittlig dag, oavsett var man använder Internet, är ungefär 75 minuter. Ungdomarna är igen den grupp som lägger mest tid på Internet. De spenderar 85 minuter en genomsnittlig dag på nätet då pensionärer och vuxna är mindre aktiva och lägger endast 48 minuter respektive 39 minuter på användning av Internet. Ungdomar utnyttjar Internet främst till elektroniskpost med 58 procent och till att delta i diskussions-/chattrum med 48 procent. Endast 12 procent av ungdomarna använder Internet för att ta del av nyheter. De är ändå den största gruppen eftersom de är ensamma om att ta del av nyheter på nätet. Enligt SOM-institutets undersökningar besöker 29 procent regelbundet Aftonbladets nyhetssajt på Internet och 10 procent besöker Göteborgs Posten eller någon annan dagstidning. Pensionärer och vuxna använder Internet för elektroniskpost och för att uträtta andra ärenden då barn föredrar chattandet<sup>4</sup>.

### **2.1.3 Tv- och Radiovanor**

En genomsnittlig dag år 2005 lyssnade 65 procent i åldern 15-24 på radio där 65-79 åringar har den största räckvidden med 83 procent. Radiolyssnandet har varit förhållandevis stabilt de senaste åren men andelen lyssnare ökade successivt i alla åldrar fram till mitten av 1990-talet. Den mest

---

<sup>2</sup> Mediebarometern 2005: Internet

<sup>3</sup> Hadenius och Weibull 2003: 410

<sup>4</sup> Mediebarometern 2005: Internet



betydande ökningen skedde bland nio- till fjortonåringar, den grupp som idag hör till den som minst lyssnar på radio. Den privata lokalradions förekomst var den troliga förklaringen till 90-talets ökning i befolkningens radiovanor men efter år 2003 noterades en nedgång, framförallt bland barn och ungdom. Den genomsnittliga lyssnartiden per dag för ungdomar ligger på 94 minuter. Jämfört med pensionärer och vuxna som lyssnar 153 minuter respektive 161 minuter per dag är det en relativt liten tid som ungdomar ägnar åt radiolyssnande. Gällande olika kanalers räckvidd föredrar ungdomar att lyssna på privat lokalradio med hela 46 procent och är den största grupp i detta val. Bland nio- till fjortonåringar och 25-44 åringar är detta även vanligare än bland äldre vuxna och pensionärer där endast 19 procent respektive fyra procent väljer den privata lokal radion. Bland 15-24 åringar lyssnar 22 procent på Sveriges Radio vilket är endast en fjärdedel av den andel pensionärer som lyssnar med hela 79 procent<sup>5</sup>.

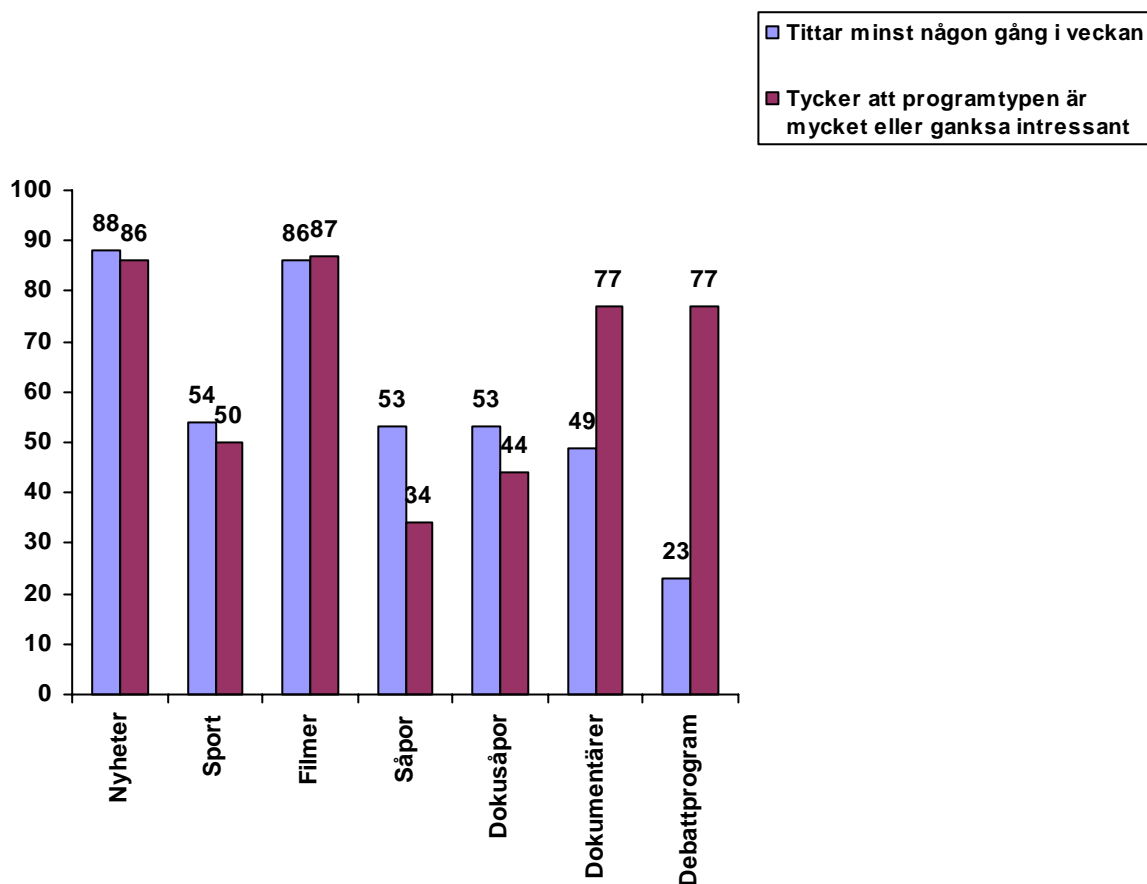
En genomsnittlig dag tittar 86 procent av Sveriges befolkning på TV. Även om TV-tittandet är utbrett i alla åldrar är det något högre bland de yngsta och något mindre bland de äldsta och bland personer mellan 25-44 år. Andelen ungdomar i åldern 15-24 som tittar på tv ligger på 87 procent, vilket kan anses som ett väldigt högt värde men dessa är dock inte den mest aktiva grupp. Den yngsta gruppen, det vill säga barn i åldern nio till fjorton och pensionärer är de mest aktiva tittarna med hela 93 procent. Ungdomarna ligger på ungefär samma nivå som de vuxna. Den genomsnittliga tittartiden bland ungdomar är 111 minuter vilket är mer än barnens trots deras höga exponering. Pensionärerna i Sverige lägger mest tid på tv-tittande och ser på tv i 137 minuter en genomsnittlig dag. Den totala andelen tv-tittare har i stort sett varit stabil sedan slutet av 90-talet men dess för innan ökade antalet tittare något. TV-utbudet ökade samtidigt som kanalerna blev fler i antal vilket hade stor betydelse i att andelen tittare ökade. Räckvidden för SVT ökar med åldern, från 27 procent bland barn och ungdomar till 80 procent bland pensionärer. De andra kanalerna har sina största andelar av publiken bland barn och unga, cirka 60 procent i åldersgruppen 9 till 24 år. Nyhetsprogrammen i TV är den mest attraktiva av alla enskilda program. Ungefär 45 procent av hela befolkningen ser på tv-nyheter en genomsnittlig dag. Därefter följer underhållningsprogram tillsammans med drama/serier, runt 20 procent. Andelen nyhetstittare är i hög grad relaterat till ålder och ökar desto äldre man är. Bland ungdomar är andelen nyhetstittare 20 procent vilket är en fjärdedel i jämförelse med pensionärer. Bland ungdomar är dokusåpor och drama/serier mest attraktiva<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Mediebarometern 2005: Radio

<sup>6</sup> Mediebarometern 2005: TV

Här nedan följer ett diagram om ungdomars nyhetsvärdering i förhållande till andra genrer, räknat i procent.



7

Detta diagram visar hur ungdomar värderar nyheter i förhållande till andra programtyper och genrer. Nästan nio av tio ungdomar ser på något nyhetsprogram på TV *minst någon gång i veckan*. Lika många ser på film som på nyheter medan ungefär hälften ser på sport, såpor, dokusåpor och dokumentärer. Diagrammet visar även hur intressant programtypen är. Det finns fler ungdomar som ser på dokusåpor och vanliga såpor än de som tycker att programtypen är *intressant*. Däremot anser många att dokumentärer och debattprogram är intressanta men dessa program saknar ändå tittare.

Vad är det nu vi lärt oss av ungdomars medie- och nyhetsanvändning? Vi kan se att 72 procent av de svenska ungdomarna läser dagspress dagligen. De tillhör den minst aktiva läsgruppen då vuxna över 35 år, högre akademiker/tjänstemän och pensionärer är den aktivaste gruppen med en andel på hela 90 procent. Vi kan tydligt se att ungdomarna är stora TV-konsumenter även om de inte är de aktivaste tittarna. De ser på TV nästan två timmar dagligen, där endast 20 procent ser på nyheter

<sup>7</sup> Oscarsson, Henrik 2000: 116

varav 27 procent tar del av SVT's nyhetsutbud. Ungefär 65 procent av ungdomar lyssnar på radio ungefär en och en halv timme dagligen. 46 procent föredrar privat lokalradio och är den största gruppen i detta val. Efter år 2003 har det skett en nedgång i ungdomars radiovanor. Gällande Internetanvändning är ungdomarna den största konsumtionsgruppen vilket även omfattar nyhetsajter. Endast 12 procent av de ungdomar som använder Internet läser nyheterna på nätet men är ändå den största gruppen som gör det överhuvudtaget.

## 2.2 Nyhetsbegreppet

Nyheter kan upplevas helt olika beroende på vem som tar del av nyheten. De kan väcka känslor men även stå som konventioner. En journalist skulle troligtvis känna igen en bra nyhet av att se den men oftast är det spridaren och framförallt nyhetsmottagaren som definierar hur den värderas. Nyhetsidentifikation baserar sig även på erfarenhet och inte alltid på vetenskap, och bygger på magkänslan och inte direkt på allmänna kriterier<sup>8</sup>. Vi talar om en mänsklig observation av en aktuell händelse.

En nyhet är något som kan ske snabbt, konkret och synligt samtidigt som den sker under en begränsad tid. En nyhet är även en förändring eftersom en händelse *är* en förändring<sup>9</sup>. Naturligtvis kan en nyhet även vara något som inte har förändrats, som kanske borde eller bör förändras. Den självklara nyheten är en plötslig händelse som en terrorattack eller en stor olycka i en storstad. Dessa nyheter står under benämningen *händelsenyheter*. Förändringar kan även vara långsamma och då talar vi om *tendensnyheter*<sup>10</sup>. Förändringen kommer i detta fall smygande men blir i slutändan påtaglig och därmed en nyhet. Nyheterna utgår ifrån att vara sanna och relevanta samtidigt som de ska presenteras opartiskt och sakligt.

## 2.3 Nyhetens karaktär

Vad är en nyhet egentligen? Vad karaktäriserar en nyhet?

Nyheter har funnits sedan urminnes tider och började som muntlig kommunikation men idag har nyhetsbegreppet drastiskt ändrat karaktär. En nyhet är information om det som sker i samhället både nationellt och internationellt. De omfattar information om aktuella händelser och är speciellt redovisade i press, radio, TV och Internet. Nyheter sänds flera gånger om dagen i alla medier och

---

<sup>8</sup> Fichtelius 1997: 10-11

<sup>9</sup> Ibid

<sup>10</sup> ibid

idag uppdateras nyhetssajterna genast då någonting nytt har hänt. I dagsläget går nyheterna igenom olika filter innan de syns i våra medier. Den världsbild som presenteras i de svenska medierna är ett resultat av vad som finns tillgängligt internationellt, nationellt och lokalt. Även vad enskilda medieorganisationer anser vara av intresse för oss användare spelar in. Det är viktigt att informera allmänheten om förändringar i samhället eftersom en del kan i grunden påverka människors levnadsvillkor. Med nyheternas hjälp förstår vi bättre den värld vi lever i.

Den svenska nyhetsbilden har förändrats i nyhetssystemets karaktär och det mest utmärkandet sedan 1980-talet är en ökande mediekonkurrens och en slimning av medieorganisationerna<sup>11</sup>. Med andra ord kan man säga att det skett en ökad kommersialisering av mediasystemet. Kommersialisering har bidragit till att nyheterna är mer anpassade efter publiken och har snävare ekonomiska ramar. Dessutom anses journalistiken blivit mer ytlig än förut.

Gällande karaktär präglas nyheterna idag av en så kallad snuttifiering . Med detta menas att bild- och ljudsekvenser blir allt kortare. Till exempel Rapport's bildsekvenser är numera bara 5 sekunder långa från att ha varit 13 sekunder<sup>12</sup>. Nyhetsinnehållet har förändrats med åren och sociala frågor har fått mer utrymme än förr. Även nyhetsprofilen har förändrats då den idag är lättare och mjukare än tidigare. Programmen handlar i någon mindre utsträckning om det tunga nyhetsstoffet: politik, ekonomi och arbetsmarknad<sup>13</sup>. Det har även skett en popularisering av nyheter då det journalistiska berättandet numera gör att nyhetsmaterialet är mer lättillgängligt och intressant för publiken. Nyheter sänds på SVT flera gånger om dagen i form av Rapport, Aktuellt, A-ekonomi, Kulturnyheter, finska Uutiset, och varje halvtimme i programmet Gomorron Sverige. I TV4 sänds nyheter varje halvtimme i Nyhetsmorgon, Lokala nyheter och Nyheterna och ekonominyheter<sup>14</sup>. I TV3 sänds nyheterna i form av Update som är ungefär fem minuter långt och sänds tre gånger om dagen<sup>15</sup>. Sveriges Radio har fyra kanaler som delas in i P1, P2, P3 och P4. P1 sänder nyheter som står under benämningen Ekot och sänds från morgon till kväll varje halvtimme. P2 sänder nyheter mer sällan och P3 och P4 sänder hela natten och dagen varje timme och på mornarna varje halvtimme<sup>16</sup>. Internet har inga direkta sändningstider eller uppdateringstider och är mer attraherande för människor som inte kan anpassa sig efter de traditionella mediernas nyhetssändningar. Det finns även nyhetssajter på Internet som inte är redaktionellt bundna som till exempel Google nyheter men som däremot länkar till olika redaktionella nyhetssajter. Helt konkret innehåller nyheterna en

---

<sup>11</sup> Hadenius Weibull, 2003: 370

<sup>12</sup> Ibid: 321

<sup>13</sup> Djerf-Pierre, Weibull, 2001: 79-80

<sup>14</sup> <http://www.tv4.se/tabla>

<sup>15</sup> [http://www.tv3.se/index.php?option=com\\_wrapper&Itemid=1017](http://www.tv3.se/index.php?option=com_wrapper&Itemid=1017)

<sup>16</sup> <http://www.sr.se/program/>

presentation om det som nyligen hänt både internationellt, nationellt och lokalt. Det kan beröra vad som helst från brott och olyckor till nya uppfinningar eller månbesök.

Nyhetererna beskriver även ekonomi och politik samt kultur, sport, väder och en del nöje. Med tiden har nyhetererna lagt mer tid på humor och lättare nyhetsinslag<sup>17</sup>.

## **2.4 Nyhetsflödet**

I nyhetsflödet sker ständiga urval på olika nivåer under processens gång<sup>18</sup>. Endast 10 procent av allt det material som kommer in till en nyhetsbyrå utnyttjas. Efter urvalsprocessen där bestämmelser om vilka nyheter som sänds är det alltid intressant att veta hur mycket nyheter det finns i medierna. Hur stor plats får nyheter i nyhetsflödet och hur har de förändrats med tiden. Inom det nationella nyhetsomloppet kretsar nyheter framförallt kring politiska frågor, men även om brott, olyckor samt ekonomi och kultur. Största delen av de nyheter som sänds utspelas i Stockholm. Det lokala nyhetsomloppet är knutet till en region och domineras av de medier som finns inom regionen. Utbudet är mer blandat än i det nationella, det handlar om både politik, ekonomi, och allmänna händelser. De allmänna händelserna utgör det största delen som omfattar olyckor, brott, organisationer m.m. Det globala nyhetsomloppet kännetecknas av affärsnyheter och är den ekonomiska ryggraden för de flesta nyhetsbyråerna. Flödet är regelbundet och det är främst i-länder som dominerar nyhetsflödet i det globala nyhetsomloppet<sup>19</sup>.

Under en vecka sänder de största svenska tv-kanalerna, det vill säga SVT1, SVT2, TV4, TV3, Kanal 5, ZTV, TV8 och Viasat Nature/Aktion nästan 170 timmar nyheter. Av dessa 170 timmar faller 1,8 timmar på bästa sändningstid, det vill säga på kvällen. Under ett helt år sänder de svenska TV-kanalerna 8160 timmar nyheter då hela TV-utbudet rör sig omkring 53 000 sändningstimmar<sup>20</sup>. Sveriges Radio sänder ungefär 2250 timmar i veckan och 15 procent av dessa timmar ägnas åt nyheter. Största delen av utbudet är musik med 47 procent och aktualiteter med 20 procent. Sveriges Radio sänder allt som allt 117 000 timmar radio om året<sup>21</sup>.

Under år 2004 minskade SVT's andra kanal andelen nyhetsprogram och för hela SVT som helhet kan man spåra en trendmässig minskning av nyhetssändningar och sportprogram och ett ökande

---

<sup>17</sup> Djerf-Pierre, Weibull: 2001: 79-80

<sup>18</sup> Hadenius & Weibull: 2003: 341

<sup>19</sup> Hadenius & Weibull: 2003: 351

<sup>20</sup> Svenskt TV-utbud 2004

<sup>21</sup> www.sr.se – se ekonomi och sändningstid

utbud av nöjesprogram. Även TV4's programprofil har ändrats och efter år 2004 ökade andelen nyhetsprogram och andelen nöjesprogram minskade i motsats till Public service kanalerna.

#### **2.4.1 Nyhetsutbud i aktuellt, rapport och nyheterna**

Anna Maria Jönsson tar i sin undersökning om nyhetsmångfalden i svenska TV-nyheter upp hur utbudet av nyhetsämnen ser ut. Hon har undersökt de tre största nationella nyhetsprogrammen; Aktuellt (SVT), Rapport (SVT) och Nyheterna (TV4) under 1980- och 1990-talet. De tre nyhetsprogrammen skiljer sig inte avsevärt mycket åt i innehåll. Mest likt utbud av nyheter har dock de båda Public Service programmen; Aktuellt och Rapport. De tre nyhetsprogrammen har även ungefär samma geografiska bredd i sina nyheter fast Rapport har lite större täckning. Även om Rapport har den största geografiska bredden i sina nyhetssändningar så har den geografiska bredden generellt ökat på 90-talet för alla tre nyhetsprogram. Dock präglas den geografiska bredden i nyhetsprogrammen av dominans kring vissa områden. Där nyheter från och om Stockholm dominerar inrikesnyheterna men i allt mindre omfattning än tidigare. Bland utrikesnyheterna dominerar nyheter från västvärlden. Framförallt händelser från områden som ligger geografiskt och kulturellt nära Sverige. Minst uppmärksamhet ägnas åt Latin- och Sydamerika, samt Afrika och Asien.<sup>22</sup> När det kommer till ämnesomfattningen i de olika nyhetsprogrammen kan man säga att när det handlar om inrikesnyheter förekommer händelser om politik, ekonomi och brott mer och kultur, miljö och sport mindre.

---

<sup>22</sup> Jönsson, Anna Maria 2004: 144

**Tabell 1 Ämnesfördelningen i de nationella TV-nyheternas inrikesrapporteringar 1991-2000 (procent)<sup>23</sup>**

	TV-nyheter totalt	Rapport	Aktuellt	Nyheterna
Politik	26	25	32	20
Ekonomi	20	26	17	17
Energi/miljö	2	4	2	1
Brott/olyckor	18	18	21	16
Kultur/medier	7	6	7	8
Kuriosa/human interest	9	6	7	12
Sport	4	4	1	8
Övrigt	14	11	13	18

**Kommentar:** I kategorin *Övrigt* hamnar nyheter om evenemang, turism, konsument, vetenskap och jämställdhet.

När det handlar om utrikesnyheter ser fördelning ungefär likadan ut som med inrikesnyheter. Den enda skillnaden är att de även har fokus på krig och konflikter.

**Tabell 2 Utrikesnyheternas fördelning på olika ämneskategorier i de nationella TV-nyheterna 1991-2000 (procent)<sup>24</sup>**

	TV-nyheter totalt	Rapport	Aktuellt	Nyheterna
Krig och konflikter	36	31	35	36
Politik	26	25	32	20
Ekonomi	20	26	17	17
Energi/miljö	2	4	2	1
Brott/olyckor	18	18	21	16
Kultur/medier	7	6	7	8
Kuriosa/human interest	9	6	7	12
Sport	4	4	1	8
Övrigt	14	11	13	18

**Kommentar:** I kategorin *Övrigt* hamnar nyheter om evenemang, turism, konsument, vetenskap och jämställd.

<sup>23</sup> Jönsson, Anna Maria: 2004: 147

<sup>24</sup> Ibid: 151

## **2.5 Definition av ungdomar**

I mediebarometern 2005 definieras ungdomar utifrån åldern 15-24. Men när vi för vår undersökning hänvisar till ungdomar förknippar vi dem med den livsfas då man fortfarande är ung, men inte längre ett barn. Det är den period av livet som alla genomgår och som vi uppfattar som knuten till de fysiologiska förändringarna i puberteten<sup>25</sup>. Vi har valt att definiera ungdomar efter Ann Erling definition om åldern för ”tonåren”, alltså personer i åldern 13 till 19.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Fornäs, Johan m.fl 1991: 5

<sup>26</sup> Erling, Ann & Hwang Philip 2001: 12



### 3. Teori

I detta avsnitt kommer vi att behandla de teoretiska perspektiv som vi valt att betrakta vårt problem utifrån. Vi kommer att dela in vårt teorikapitel i tre delar där vi först redogör för tidigare forskning om medieanvändning samt publikforskning, sedan presenterar vi nyhetsforskningen där vi tar upp nyhetsvärdering. Vi redogör för nyhetsanvändning för att se vilka motiv och behov som kan ligga bakom nyhetsanvändning. Detta för att förstå varför ungdomar tar del av nyheter ifall de nu gör det. I avsnittet om nyhetsvärdering presenterar vi även de karaktärsdrag en nyhet har för att senare i vår analys förstå vilka nyheter som intresserar ungdomar.

#### 3.1 *Forskning om nyhetsanvändning*

De första studierna om nyhetsanvändning fokuserade på effekter av medieanvändning men med tiden har det blivit att man mer koncentrerat sig på att studera användaren och hur den använder sig av medier istället för att se vilken inverkan medier har på individen. På 1980-talet började ett intresse för tolkning och förståelse av medieinnehåll gro och de två dominerande forskningsmetoderna var receptionsanalys och medieetnografi. Dessa metoder hade som utgångspunkt att undersöka och skapa kunskap kring medieinnehållets betydelse och mediernas roll i vardagslivet. I studier vars fokus ligger på varför vi tar del av nyheter beskrivs många olika motiv, allt från att hänga med i största allmänhet till att fly undan vardagen. Under 1980-talet intresserade man sig även för om publiken verkligen förstår vad som presenteras i nyheter och vad man kommer ihåg av innehållet. Även den sociala kontexten har fått en större betydelse då undersökningar om hur olika publikgrupper tolkat nyhetsinnehållet<sup>27</sup>.

Vad är det då som påverkar nyhetsanvändningen? I mitten av 1900-talet utgick effektforskningen från att medierna var en källa till påverkan på människors åsikter och handlingar.<sup>28</sup> I den tidiga användningsforskningen fick undersökningarna mer funktionalistiska synsätt på medierna och de teorier som utvecklades på antagandet om att medierna hade en betydelse i samhället för att behålla en slags jämvikt genom olika funktioner. Bland annat som informationsförmedlare, underhållare,

---

<sup>27</sup> Bergström, Annika: 2005: 30

<sup>28</sup> Ibid: 2005: 33

överförare av kulturella värderingar – socialisation.<sup>29</sup> Den teoretiska modell som utvecklades, för att svara på varför människor använder medier och till vilket syfte, kallades Uses and Gratifications. Denna modell har kritiserats och ifrågasatts då den lagt för stor vikt på psykologiska faktorer betydelse för medieanvändningen och därför kommer vi att beröra även Lennart Weibulls nyare modelltänkande. Weibull menade att den sociala situationen hade stor betydelse på tidningsläsningen och lade dessutom till två förklarings faktorer, nämligen mediesituation och samhällssituation.<sup>30</sup> De fyra faktorer vi talar om är mediesituation, samhällssituation, social situation och den enskildes medievanor. *Mediesituation* – Mediesituationen omfattar både medieutbudet och mediestrukturen. Vi kan alla vara överens om att de medier som är tillgängliga och vilket utbud de ger är ramen för möjliga val av användarna och då medierna förändras kan detta även förändra användningen. *Samhällssituation* - Genom nyhetsutbudet i massmedia kan man ta del av en värld som man fysiskt inte når. Nyheterna utgör en gemensam referensram för människor i samhället.<sup>31</sup> Nyheterna håller samhället uppdaterad samtidigt som det påverkar nyhetsutbudet och nyhetsanvändningen. Faktorer som ekonomiska konjunkturer vilket kan både minska och öka på medieanvändningen men även mediekonkurrens är en påverkande faktor. *Social situation* - Även om medie- och samhällssituationen är stora faktorer som påverkar medieanvändningen är det framförallt den sociala situationen som avgör ifall man använder sig av medier och nyheter. Dessa beslut grundar sig främst på vad individen har möjlighet att göra, är intresserad av att göra, det vill säga vad man vill och kan ta del av. Då man talar om individens personliga behov av medieutbudet är det fråga om Uses and Gratifikations.

### 3.1.1 Medieanvändning en medborgerlig plikt?

André Jansson skriver i boken *Opinionssamhället* om huruvida det i Sverige idag förekommer en upplevd medborgerlig skyldighet att följa med i medias nyhetsrapportering. Han menar att det är viktigt att använda människors informationsorientering som en faktor då man vill klarlägga förutsättningarna för olika medievanor. Inom medievetenskap har ett antal forskare studerat detta och funnit att denna faktor har ett klart samband med hur regelbundet man till exempel tar del av dagstidningar. De generella resultat tyder på att de allra flesta svenskar idag upplever det som viktigt att följa med nyhetsrapporteringen. Nästan lika många anser dessutom att det är *var medborgares skyldighet* att hålla sig informerad. Mot denna bakgrund kan man konstatera att

---

<sup>29</sup> Bergström, Annika: 2005: 34

<sup>30</sup> Ibid: 2005: 35

<sup>31</sup> Ibid: 2005: 36

medieanvändningen ter sig vara väldigt konservativ. Även medievalet är tämligen traditionellt då morgontidningen står starkast bland äldre människor<sup>32</sup>. Frågan ifall ungdomar känner denna plikt och vart de vänder sig efter nyheter kommer att klargöras under uppsatsens gång.

### **3.2 Behov och Motiv**

Studier om varför folk tar del av medier, framförallt varför de ser på TV finns många. Eftersom vi gör en undersökning om hur ungdomar ser på nyheter är det även intressant att veta varför de tar del av dem. Vi redogör för de behov och motiv för medieanvändning som vi anser vara relevanta för vår studie, nämligen nyheter. Här följer en del behov människor försöker tillfredsställa genom medierna enligt Katz, Gurevitch och Haas ur *Severin & Tankard 1997*.

- Kognitiva behov omfattar behovet av information, kunskap och förståelse.
- Känsломässiga behov då man vill få utlopp för känslor, negativa eller positiva, och även att uppleva miljöer som ger samma känsломässiga belöning.
- De personliga behoven omfattar att stärka sitt självförtroende, och att vinna trovärdighet och status.
- De sociala behoven handlar om att stärka banden mellan familj och vänner och ha något att tala om. Den enskilda mediekonsumenten kan ta del av andras sociala relationer i media och sedan diskutera om deras öden med andra människor.
- Det sista behovet är det så kallade flyktbehovet som innebär en flykt från vardagens bekymmer och att man genom media kan ta del av andras liv utan att själv behöva ta ansvar för det som händer.<sup>33</sup>

Vi vill även presentera några konkreta syften som för medieanvändningen enligt Denis McQuail som vi funnit viktiga för vår studie.

- Minska den personliga osäkerheten
- Få stöd för egna värderingar
- Få insikt i det egna livet
- Tidsfördriv

---

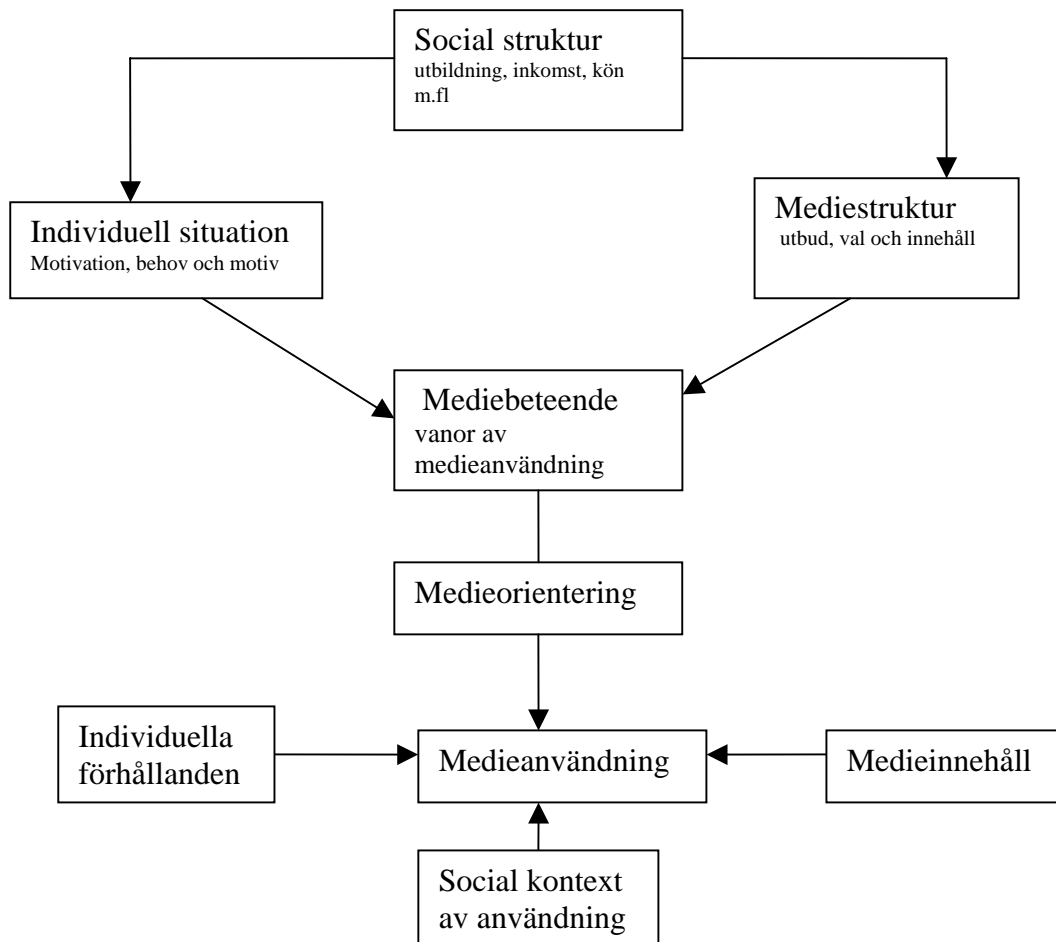
<sup>32</sup> Holmberg & Weibull: 1997, se André Jansson s.299

<sup>33</sup> Strömbäck: 2000: 80-81

- Få en struktur i vardagen<sup>34</sup>

Trots olika förändringar i samhället, medierna och individer har publikandelarna för enskilda nyhetsmedier varit förhållandevis stabila en lång period<sup>35</sup>.

*McQuail's analysmodell av medieanvändning*



36

Modellen visar de faktorer som påverkar medieanvändningen. Den sociala strukturen påverkar både den individuella situationen och behoven samtidigt som den påverkar mediestrukturen och till exempel vilka val man gör i sin medieanvändning. Dessa faktorer, mediestruktur och den individuella situationen bildar ett så kallat mediebeteende, det vill säga vanor av medieanvändning. Genom en individuell medieorientering resulteras det vi kallar den faktiska medieanvändningen. De

<sup>34</sup> Strömbäck, Jesper: 2000, McQuail's olika syften för medieanvändning s. 81

<sup>35</sup> Bergström: 2004: 49

<sup>36</sup> McQuail, Dennis: 2005,:422

faktorer som direkt påverkar den faktiska medieanvändningen är individuella förhållanden, exempelvis andelen fritid, möjlighet att delta, medieinnehåll och den sociala kontexten som omfattar det sociala sammanhanget av val och användning, till exempel vänner och familj<sup>37</sup>. För att få kunskap om vilka dessa nyheter är som ungdomar tar del av går vi över till nästa avsnitt där vi karaktäriserar en nyhet.

### **3.3 Nyhetsvärdering**

Vad som är och blir en nyhet har länge varit en central fråga inom nyhetsforskningen. Frågan om vad som är en nyhet känns för många självklart men samtidigt svårdefinierat. Inte ens journalister själva kan ge en klar definition utan hänvisar mer till en intuition hos sig själva.<sup>38</sup> Journalister brukar säga att en bra nyhet känns igen när man ser den<sup>39</sup>

#### **3.3.1 Nyhetsvärdering igår**

Det har under årens lopp gjorts mängder med försök att undersöka och ge en klar definition om vad som karaktäriserar en nyhet. Den amerikanske journalisten Walter Lippman kom 1922 med en förklaring på vad som blir en nyhet eller inte. Hans definition gick helt ut på responsen hos allmänheten för en nyhet och dess värde avgjordes beroende på två aspekter. Dessa aspekter var enligt Lippman: **(a)** att nyheten skulle väcka känslor hos mottagaren och **(b)** att mottagaren skulle kunna identifiera sig med nyheten. Desto mer mottagaren uppfyller dessa två krav desto högre nyhetsvärde får en nyhet. Lippmanns två nyhetskriterier blev grogrunden för all vidare forskning om nyhetsvärdering och nyhetsforskare har sedan dess försökt utveckla, förklara och precisera vad som gör en nyhet.

År 1965 publicerade Johan Galtung och Marie Holmboe Ruge en artikel där de genom en rad olika nyhetsvärderingskriterier försökte förklara värdet i utrikesnyheter. De kom fram till två faktorer som avgjorde för en utrikesnyhets innehålls relevans; dels att den var genrerelaterad och dels att den var sociokulturellt förankrad. Med genre menar de en nyhet som är anpassad efter människors förväntningar och föreställningar. Galtung och Ruge menade också att en nyhet behövde vara något nytt och oväntat. Detta blir dock en aning paradoxalt eftersom det oväntade faller inom ramen av det förväntade hos människor. Galtung och Ruge påpekade också att olika nationers status var en

---

<sup>37</sup>McQuail, Dennis 2005: 421-423

<sup>38</sup>Johansson, Bengt 2004: 1

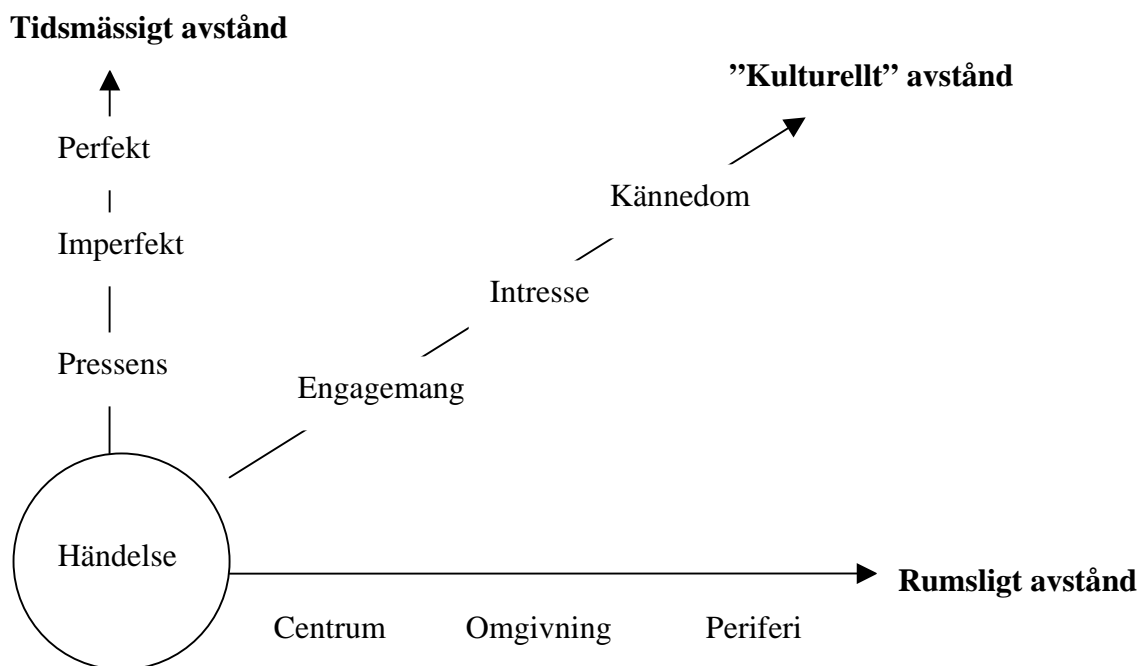
<sup>39</sup>Hot på agendan 2005: 20

nyhetsvärderingsfaktor<sup>40</sup>. Inom den genrerelaterade faktorn nämner de även nyhetens så kallade ”tröskelvärde”, vilket innebär att när en nyhet eller ett nyhetsämne väl blivit accepterat som intressant så tenderar det att fortsätta vara det. Samtidigt är det svårt att sätta upp några givna regler för när en nyhet blir accepterad som en nyhet, det precis som en dörrtröskel. Först gången snubblar man på den och efter det är man medveten om den att den finns där.<sup>41</sup> Även balansen inom nyhetshändelser nämns som en viktig faktor i anpassningen till genren. Till exempel en utrikesnyhet kan inte enbart handla om hemska och tråkiga saker utan måste emellanåt varvas med positiva nyheter. Många nyhetsvärderingsstudier pekar på kravet att en nyhet ska ha viktighet eller betydelse, att ”ju mer prominenta företrädare för samhället eliter som framträder, och ju fler som påverkas av en händelse desto större är nyhetsvärdet”, menar sociologen Herbert Grans.

Just att det ovanliga och avvikande är en bidragande faktor gör att konflikter och negativa händelser oftare blir nyheter än samförstånd och positiva händelser eftersom dessa faller inom ramen av det förväntade i en demokrati.

Henk Prakke studie från 1969 om faktorer som påverkar nyhetsvärde lade fokus på tre dimensioner; Tid, Rum och Kultur, desto längre ifrån dessa tre dimensioner desto mindre värde får en nyhet.

**Figur 1. Dimensioner hos nyhetsvärde enligt Henk Prakke**



42

<sup>40</sup> Hot på agendan 2005: 21

<sup>41</sup> Eide, Martin 1992: 72

<sup>42</sup> Hadenius & Weibull 2003: 347

Prakkes modell är väldigt övergripande och tar upp de mest centrala dimensionerna i ett västerländskt nyhetsbegrepp. Dess nackdel är att den inte visar sensationer och ovanliga händelser som enligt många andra nyhetsforskare anses som viktiga i nyhetsvärderingen.

### 3.3.2 Nyhetsvärdering idag

Inom den internationella forskningen finns en rad olika analys-scheman som vi nämnt innan.

I mer aktuell nyhetsforskning finns det en rad olika så kallade ”checklistor” för nyhetsvärdering.

En forskare som har en relativ ny ”checklista” är medieforskaren John H. McManus. Även om den är anpassad för tv nyheter så fungerar den även för andra nyhetsmedium.

1. *Nytt* – hur ny är händelsen eller frågan?
2. *Närhet* – hur geografiskt nära publiken är händelsen eller frågan?
3. *Konsekvens* – hur viktigt är händelsen eller frågan för den lokala publiken?
4. *Känslor* – hur mycket känslor väcker frågan eller händelsen?
5. *Betydelse* – hur välkänd är människorna kring händelsen eller frågan?
6. *Ovanlighet* – hur osannolik eller överraskande är händelsen eller frågan?
7. *Konflikt* – hur mycket oenighet finns det mellan personer, organisationer, Nationer eller mellan människan och natur?
8. *Visuell kvalitet* – hur fängslande är bilderna som kan samlas kring händelsen eller frågan?
9. *Underhållning* – hur mycket belöning i form av skratt, ironi, eller tillfredställelse ger händelsen eller frågan?
10. *Utgångsläge* – hur stort publikintresse finns redan för händelsen eller frågan?<sup>43</sup>

En annan nyare och mer gällande modell för nyhetsvärdering framtofs av medieforskarna Shoemaker, Chang och Brendingler. I deras forskning om vad som blir nyheter kom man fram till tre olika grunddimensioner. Den första dimensionen är att nyheter handlar om olika former av *avvikelse* (**divience**). Den andra handlar om händelser som är socialt betydelsefulla (**social significant**) och den tredje dimensionen är händelser som är *nya* (**timeliness**) och nära *geografiskt/kulturellt* (**proximity**).<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Hot på agendan 2005: 21

<sup>44</sup> Johansson, Bengt 2005: 2

Det finns en rad olika avvikelser som passar in i de klassiska nyhetsvärderingskriterierna; Den första är; *ovanliga och oväntade händelser (novelty)*. Detta är en ren statistisk avvikelse. Människor och händelser som avviker från det normala och förväntade blir nyheter. Men en ovanlig och oväntad händelse är begränsad i tid, det är bara en nyhet så länge det avviker från det rådande tillstånd som gäller just nu i samhället. Därefter faller den in ett normaltillstånd. Till exempel den första hjärtoperationen var en nyhet när den genomfördes men idag är en hjärtoperation aldrig en nyhet. Men sedan finns det händelser som alltid kommer att avvika såsom bilolyckor, bränder och andra katastrofer. Detta på grund av att det alltid anses avvika från vårt normaltillstånd.

Den andra avvikelsen är *konflikt (conflict)*. Konflikter är en normativ avvikelse. Här menar Shoemaker, Chang och Brendingler att konflikter mellan grupper och individer i samhället handlar om att utmana och ifrågasätta rådande lagar och normer i samhället.

Den tredje avvikelsen är *sensationalism*, den liknar konflikt men fokuserar mer på att bryta rådande lagar och normer än att utmana och ifrågasätta. Exempel på sensationalism är brott och skandaler. Sensationalism är ren normativ avvikelse men den har även drag av patologisk avvikelse. Till exempel när det gäller brott som berör mental hälsa är inte brottet primärt utan sekundärt.

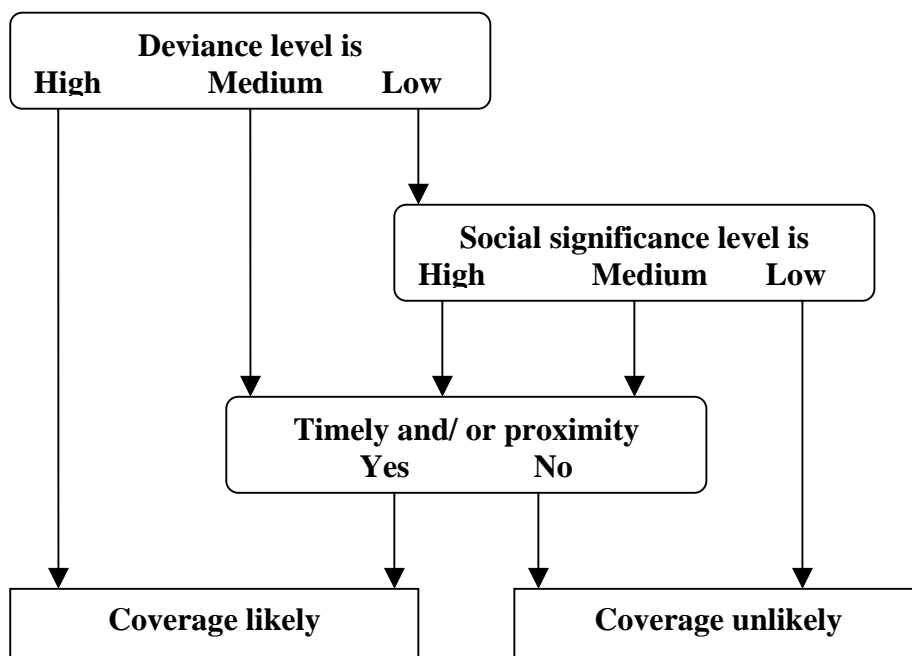
Det fjärde berör *eliter (prominence)*. Eliter omfattas av kända och framstående personer, dessa hamnar oftare i nyheter än andra. En av förklaringarna är att det är viktiga personer vars handlingar är viktiga för andra människor. Men framförallt menar Shoemaker, Chang och Brendingler att det är mer att deras liv skiljer sig så mycket från oss andra som gör att de uppmärksammas. Det är skillnaden mellan oss och dem som är det intressanta och på så sätt är det en ren normativ avvikelse.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Johansson, Bengt 2005: 2



**Figur 2. Modell för att förutsäga en händelse eller fråga ska bli en nyhet enligt Shoemaker, Chang och Brendingler**



46

Ett annat exempel på nyare internationell forskning kring nyhetsvärdering är de två brittiska forskarna Tony Harcup och Diedre O’Neill. I sin studie testar de Galtung och Ruges gamla modell som vi tagit upp tidigare. Harcup och O’Neill ville undersöka om även den passade för nutida nyheter. De kom fram till att Galtung och Ruges modell fortfarande fungerade men de utvecklade ytterligare genom att lägga till nya kriterier. Enligt dem blir en nyhet först en nyhet om det handlar om; **(1) maktelit, (2) kändisar, (3) underhållning, (4) något oväntat, (5) negativt, (6) positivt, (7) berör många människor, (8) något viktigt för många människor, (9) uppföljningar, och (10) att händelsen passar tidningens egen agenda.** Tillskillnad från andra studier tar Harcup och O’Neill upp humor och positiva saker som ett nyhetsvärderingskriterium, till exempel botande av sjukdomar och mirakulösa räddningar. Dessa kriterier går tvärt emot de klassiska men räknas ändå som nyheter. Det här visar att medvetenheten är central i nyhetskontexten på så sätt att varje nyhetssändning eller nyhetsredaktionellt arbete ska ha en bra mix av olika slags nyheter.<sup>47</sup>

Kända personer är nyheter eller nyheter är kända personer. En känd person behöver inte ens förekomma i en händelse med nyhetsvärde för att bli en nyhet. Ta bara de mest kända artisterna och

<sup>46</sup> Johansson, Bengt 2004: 3

<sup>47</sup> Ibid. 4

kändisarna i vår tid till exempel, de är nyheter oavsett vad de gör. Enligt Campbell beror detta på att det är lättare att skapa nyheter kring eliter och kända personer än abstrakta samhälliga fenomen<sup>48</sup>.

### 3.3.3 Svensk och Nordisk nyhetsvärderingsforskning

Inom den nordiska nyhetsforskningstraditionen finns ytterligare några studier av betydelse för området. Några har vi redan nämnt som Galtung och Ruge men andra framstående nyhetsforskare är till exempel Einar Östgards. Han tar i sin studie upp två bidragande faktorer om vad som gör en händelse viktigt, dels *identifikation* och även *sensation*. Med *identifikation* menar Östgard att man lättare tar till sig en nyhet om man dels känner till den sen innan och dels om man kan identifiera sig med den. För att läsaren skall kunna identifiera sig med en händelse måste den ha någon slags betydelse för läsaren. Att nyheten framstår som meningsfull på grund av kulturell eller geografisk närhet. Ett annat kriterium är att den har ett intressevärde hos eliten i samhället samt även kunna personifieras. Med *sensation* menar Östgaard att händelsen skall vara ovanlig, oväntad och har ett oförutsägbart slut.<sup>49</sup> Östgaard menar också att en nyhet har större värde om publiken förstår den lättare. Lättförståelighet kan göra att journalisten dels väljer en enklare nyhet framför en mer komplicerad men även att journalisten själv förenklar en nyhet men det här berör mer medielogik och inte nyhetsvärdering.

Inom den svenska nyhetsforskningen är Håkan Hvitfelt en av de mest framstående. Han menar att nyhetsvärdering sker på flera nivåer och dimensioner såsom strukturella, institutionella och personella. Han har försökt sammanfatta de faktorer som är avgörande för nyhetsvärdering. De faktorer Hvitfelt menar är av betydelse är att: händelsen **(1)** *handlar om politik, ekonomi, brott eller olyckor*, **(2)** *är viktig och relevant*, **(3)** *handlar om olika slags avvikelser*, **(4)** *utspelas på kort avstånd i olika dimensioner till mediets spridningsområde*, **(5)** *är konsonant med journalistens och publikens värderingar*, **(6)** *handlar om eliter*, **(7)** *är begripliga för mediets publik*, samt **(8)** *berör enskilda personer*. Hvitfelt poängterar utöver de faktorer som nämns ovan vikten av begriplighet. Att enkelheten och att händelsen sker inom en kort tidsperiod gör att den blir lättare att ta till sig än en händelse som är mer komplicerad och som sträcker sig över en längre period.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Hot på agendan 2005: 22

<sup>49</sup> Eide, Martin 1992: 63-64

<sup>50</sup> Johansson, Bengt 2004: 4

### 3.3.4 Nyhetsvärderingsforskningens problematik

Nyhetsforskning har alltid gått ut på att försöka definiera och förklara nyhetsbegreppet. Problemet med denna forskning är att den alltid varit för ensidig. Ett av problemen är att nyhetsstudier gjorts på olika nivåer och i olika medier. Där man ibland har studerat det totala innehållet i ett geografiskt område eller ämne, eller som i andra fall olika typer av ämnen eller händelser från olika geografiska områden. Ytterligare har man även studerat vilka ämnen som får mest uppmärksamhet. Dessa slags studier kan förklara hur nyheterna ser ut och dess egenskaper men kan inte förklara varför det ser ut som de gör. Nyhetsurvalet är en komplex process och det finns inte en enskild faktor som förklarar mediernas innehåll. Utan vad som blir nyheter omfattar en rad olika aktörer och strukturella faktorer såväl inom medieredaktionerna som utanför.<sup>51</sup>

Inom nyhetsvärderingsforskningen finns förutom de olika tolkningsschemana även föreställningar kring vad som styr nyhetsurvalet. Det finns två grundläggande föreställningar. Den första är föreställningen kring vad publiken vill ha. Alltså vilka nyheter man tror publiken vill ta del av, vilka nyheter som man tror väcker intresse och uppmärksamhet. Detta kan ses som ett rent ekonomiskt styrfält. Den andra föreställningen är den om vad publiken bör veta. Det här styrfältet handlar om vilka nyheter man anser publiken bör ta del av och vad man inte bör ta del av. Detta styrfält kan ideologiskt tolkas väldigt olika men mer teoretiskt måste det ses som alla former av normativa föreställningar gällande nyheter. Vad som är normativ i det här sammanhanget kan antingen ses som de lagar och etiska normer som sätter gränser för vad som får publiceras. Men även andra former av normer kan styra nyhetsurvalet. Shoemaker och Reses tar i sin forskning upp en rad andra aspekter på olika nivåer såsom journalistens egen påverkan på medieinnehållet, källorna och annonsörernas åsikter i vad som ska publiceras, olika samhällsideologiers inflytande, med mera. Men om man ser mer på den journalistiska yrkesrollsideologin i sin relation till publiken de normer som berör denna i nyhetsurvalet. Alltså vad anses som viktigt och vad anses som intressant och vilka avgör vad som blir en nyhet.

Det är svårt att förutsätta vad som är intressant. Ser man på nyhetsvärderingsforskningen så handlar de flesta kriterier mesta om vad som anses vara intressant för läsaren/publiken. Men vad som är viktigt är också relevant. Fokus ligger således redan på det rent marknadsmässiga styrfältet. Men när det gäller det rent normativa styrfältet, det som handlar om vad man anser läsaren bör veta så är det minst lika relevant som det marknadsmässiga styrfältet. Många nyhetsforskare såsom Östgard,

---

<sup>51</sup> Johansson, Bengt 2004: 7-8

Hvitfelt, Shoemaker, Harcup och O'Neil nämner alla att betydelse eller viktighet hos publiken som ett nyhetsvärderingskriterium. I vad som anses viktig för publiken har journalisten en betydande roll men även den medieorganisation han eller hon verkar i och de aktörer som påverkar den.<sup>52</sup>

Men en intressant nyhet och en viktig nyhet behöver inte vara skilda åt, en viktig nyhet kan även var en intressant nyhet för läsaren. Viktigt att påpeka är att viktighet i det här sammanhanget är ett objektivi mått, det innebär inte att bara för att det anses viktigt att det är viktigt. Samhällseliter är ett bra exempel på intressant och viktigt. De är intressanta på så sätt att deras liv avviker från läsarens egna men de kan också vara så att deras handlingar är direkt avgörande för oss som medborgare eller människor på så sätt blir de även viktiga<sup>53</sup>.

Relationen mellan dessa två styrfält har inte alltid varit ömsesidig utan skiftat över åren. Ibland har publikens intresse styrt urvalet och ibland har de rent normativa föreställningarna styrt. Det finns en rad andra aspekter som påverkar vad som blir nyheter såsom ekonomiska villkor, redaktionens policy och även medielogiken. Men detta berör andra fält än de rent nyhetsvärderingsmässiga och vi kommer därför inte beröra detta. För i grunden handlar det om vad som är intressant<sup>54</sup>.

---

<sup>52</sup> Johansson, Bengt 2004: 9

<sup>53</sup> Ibid. 9

<sup>54</sup> Ibid. 10

## 4. Syfte och frågeställningar

### Problemformulering

I debatten om läs- lyssnar och tittarvanor hävdas ofta att de traditionella nyhetsmedierna tappar de unga mediekonsumenterna, samtidigt som det blivit allt lättare att del av nyheter idag. Vad som då är intressant är att undersöka ungdomars åsikter om nyheter för att se hur deras nyhetssyn ser ut.

### Syfte

*Syftet med vår uppsats är att undersöka ungdomars nyhetssyn*

Vi vill ta reda på vad unga anser om nyheter, om de tar del av dem eller låter bli. Vi vill undersöka vad de tycker är en viktig nyhet och vad de vill att en nyhet skall se ut och innehålla. Vi undersöker vad ungdomar anser vara spännande respektive vad som är tråkigt. Vi undersöker även vart ungdomar vänder sig för att söka de nyheter de vill ta del av eller vänder de sig överhuvudtaget till nyheter?

### Frågeställningar

#### **1. Hur tar ungdomar del av nyheter?**

Ser ungdomar på nyheter? Hur ofta och till vilka medier och kanaler vänder sig ungdomar för att ta del av nyhetsutbudet? Vänder de sig alltid till nyhetsprogram eller söker de sig till mer underhållande informationsprogram? Vilka medium och kanaler använder de mest respektive mer sällan?

## **2. Varför ser ungdomar på nyheter, varför inte?**

Vilka motiv och behov ligger bakom nyhetsanvändningen? Enligt McQuail och Katz har vi människor ett antal behov som vi tillfredsställer genom medierna. Vi vill ta reda på vilka faktiska behov ligger som grund för ungdomarnas nyhetsanvändning. Det är viktigt att vi skiljer för de egentliga behoven och vad ungdomarnas subjektiva uppfattningar om vad deras motiv och behov är.

## **3. Hur definierar ungdomar nyheter?**

Hur definierar unga en nyhet? Vilka värden anses vara viktiga för en nyhet enligt dem? Vad är viktigt, vad är intressant/ointressant, spännande? Vilka områden tar de helst del av, vilka inte? Vilka faktorer påverkar nyhetsvärdet?

## 5. Metod och Material

I detta kapitel redogör vi för vilken metod vi använt för att genomföra vår undersökning och hur vi jobbat med vårt material. Vi anser även att det är viktigt att presentera vårt tillvägagångssätt för att ge förståelse för läsaren om hur vi gjort i undersökningen. Därefter presenterar vi våra fokusgrupper, förklarar vårt urval och vilka problem vi haft med metoden.

### 5.1 Metodval

Inom samhällsvetenskapen skiljer man på två olika metoder beroende på hur undersökningen i fråga ser ut. Dessa två metoder som står som verktyg för att angripa ett problem är den kvantitativa och den kvalitativa. Den främsta skillnaden mellan dessa två metoder är att kvantitet syftar på mängd då kvalitet syftar på arten av något<sup>55</sup>. Kvantitativa metoder karaktäriseras av att vara formaliserade och strukturerade och formas av forskarens kontroll. Då man vill kvantifiera sina resultat med denna metod är det viktigt med statistiska mätmetoder.

Den kvalitativa forskningsmetoden skiljer sig från den kvantitativa genom olika aspekter. De är inte lika noggrant formaliserade som de kvantitativa och har ett förstående syfte. De kvalitativa undersökningarna har inte som syfte att kunna generalisera den information man får reda på utan där är målet snarare att öka förståelsen över ett visst fenomen. Med andra ord är man med denna metod mer intresserad av att förstå orsaken till något. Man skall vara i nära kontakt med informationskällan som till exempel intervjuer med utvalda studieobjekt<sup>56</sup>.

Vårt syfte är att undersöka hur gymnasieungdomar ställer sig till nyheter, vad de anser vara viktigt och spännande samt vart de vänder sig för att ta del av dem. Till detta syfte anser vi att en kvalitativ metod lämpar sig bäst då vi vill öka förståelsen inom ämnet. Vår utgångspunkt är inte att mäta något utan beskriva helheten av det aktuella sammanhanget som berör ungdomars nyhetsanvändning. Syftet är främst att blottlägga mer djupliggande värderingar och föreställningar hos våra deltagare. Vi är ute efter att tolka och förstå ungdomarna.

---

<sup>55</sup>Kvale, Steinar 1997: 67-69

<sup>56</sup>Ibid. 67-69

### 5.1.1 Kvalitativ metod

Den kvalitativa metoden innefattar många tekniker som till exempel informant- och respondent intervjuer, deltagande observation och direktobservation. Till vår undersökning kunde vi ha valt att göra djupintervjuer med ett antal ungdomar men eftersom vi ansåg att det är intressantare att se interaktionen mellan dem då de skall diskutera om nyheter valde vi att istället göra fokusgruppsintervjuer. Nackdelen med intervjumetoden är att det kan förekomma så kallade *intervjuareffekter* vilket betyder att intervjupersonen svarar så som han tror att intervjuaren vill höra<sup>57</sup>. Eftersom vi använder oss av en intervjumetod kommer vi att diskutera denna nackdel i ett senare kapitel vid eventuella effekter.

### 5.1.2 Fokusgrupper

Fokusgrupper är en teknik där man samlar in information genom gruppdiskussioner om ett visst ämne som forskaren förbestämmer<sup>58</sup>. Fokusgruppen har som uppgift att organiserat diskutera där fokus ligger på interaktionen mellan deltagarna. De data man får fram vid en fokusgrupp visar hur deltagarna tillsammans tänker kring ett visst fenomen. Enligt Victoria Wibeck känner deltagarna dessutom stöd av varandra och öppnar sig lättare än när de skulle intervjuas enskilt. Resultaten ger dock inte möjlighet till att uttala sig generellt om olika grupper utan med hjälp av dessa fokusgrupper vill vi kartlägga förekomsten av olika tanke kategorier och öka förståelsen om hur unga ser på nyheter och var de söker dem. Även om vi inte kan generalisera är resultaten användbara för att generera idéer. Deltagarna i en fokusgrupp kan variera mellan 4-12 personer och varierar beroende på forskare<sup>59</sup>. Nackdelar med stora grupper är att det kan förekomma *subgrupperingar* och att en del mindre aktiva inte får chans att tala<sup>60</sup>. Då man har större grupper är det bättre med strukturerade intervjuer eftersom moderatorn på detta sätt lättare kan styra diskussionerna. Nackdelarna med små grupper är att diskussionerna kan lättare dö ut och deltagarna kan känna sig utsatta för att ständigt säga något. Små grupper är dock bäst ifall deltagarna är engagerade att diskutera om ett visst ämne och har mycket åsikter.

Nackdelarna i att utnyttja fokusgrupper som metod är först och främst moderatorns ostabila roll. Moderatoren kan vara både *för* styrande men även brista i styrandet vilket kan leda till

---

<sup>57</sup> Östbye Helge, 2004: 153

<sup>58</sup> Wibeck Victoria, 2000: 23

<sup>59</sup> Ibid. 49-50

<sup>60</sup> Ibid. 51



diskussionerna inte behandlar syftet<sup>61</sup>. Konsten är att få diskussionen att fungera men samtidigt styra det på varsamma grunder så att diskussionen inte avviker från ämnet.

## **5.2 Urval – rekrytering**

Våra grupper består av fyra till fem personer och vi har genomfört fyra olika gruppsamtal. Våra urvalskriterier är främst att deltagarna skall vara aktiva i diskussionen och att grupperna skall omfatta båda könen eftersom det kan berika resultatet. Detta val grundar sig på att kvinnor och män anses ha olika nyhetsval. Målet i fokusgrupperna kommer att vara öppna och ärliga diskussioner där alla skall ha möjlighet att få sin röst hörd och bidra till samtalet. Ett annat krav är att deltagarna inte skall känna sig pressade till diskussion och därför vore det bra att grupperna bestod av kompisar eller elever från samma klass. Det är viktigt även för deltagarna att veta att det inte finns ett svar som är rätt eller fel utan att vi endast vill ha synpunkter och åsikter om olika aspekter angående deras ställning till nyheter.

Då man gör fokusgruppsamtal är det viktigt att vara mån om de faktorer som påverkar själva processen. Vi presenterar dessa faktorer och hur vi försökt att hindra de eventuella problem de medfört.

*Intrapersonella faktorer* – Dessa faktorer är de individuella aspekterna hos ungdomarna i grupperna<sup>62</sup>. Det är viktigt att snabbt se deras personlighetsdrag och beteende och vid dominanta fall kunna dämpa och förhandla så att även de blyga kan ta plats. Demografiska variabler som innebär kön, ålder, utbildning är också aspekter vi uppmärksammar. Eftersom vi vill ha tankar och synpunkter av både tjejer och killar består våra grupper av en blandning av båda könen.

*Interpersonella faktorer* – Dessa faktorer berör interaktionen mellan deltagarna. De kan påverkas av förväntningar på hur de andra i gruppen kommer att agera på egna uttalanden. Med andra ord påverkar de intrapersonella faktorerna den interaktion som sker inom gruppen. Även miljön påverkar processen, en miljö där alla i gruppen känner sig bekväma gynnar både aktiviteten och deltagarna själva<sup>63</sup>.

---

<sup>61</sup> Wibeck, Victoria 2000: 45-46

<sup>62</sup> Ibid. 27-28

<sup>63</sup> Ibid: 28-29

### **5.3 Intervjuguide**

Vår undersökning grundar sig på en strukturerad intervjuguide (finns i bilagan). En strukturerad intervjuguide innebär att vi som intervjuare använder oss av detaljerade frågeställningar. Vi har valt denna metod eftersom det är en fördel för analysarbetet då svaren på detta sätt blir lättare att indela i tabeller och kategorier<sup>64</sup>. Nackdelen med strukturen är att själva intervjusituationen kan kännas mindre avslappnad då vi som intervjuare måste hålla oss till specifika och detaljerade frågor som styr största delen över det som diskuteras. Alternativt kunde vi ha gjort en ostrukturerad intervjuguide där diskussionen kunde ha gått fritt fram, men eftersom vi vill kategorisera och jämföra har vi bestämt oss för den strukturerade formen.

#### **Frågor**

Victoria Wibeck redogör i sin bok om fokusgrupper fem stycken frågekategorier som även vi kommer att utnyttja. Här presenterar vi dessa fem.

*Öppningsfrågor* (tas inte med i analysen) – dessa frågor är till för att bli bekanta med varandra inom gruppen och därmed öka gruppkohesionen. Svaren bör vara snabba, riktade för alla och berör konkreta fakta.

*Introduktionsfrågor* – Introduktionsfrågorna är nödvändiga för att introducera det ämne som ska diskuteras men också bra för analysen. De är även viktiga för interaktionen i gruppen.

*Övergångsfrågor* – För att få samtalet till diskussionens nyckelfråga används övergångsfrågor. Dessa frågor hjälper deltagarna att se ett större perspektiv och hur andra ser på något fenomen.

*Nyckelfrågor* – Dessa frågor är de viktigaste och grundar sig på idén för undersökningen.

*Avslutningsfrågor* - Med avslutningsfrågorna är det sista chansen för deltagarna att uttrycka sig och reflektera kring det som diskuteras<sup>65</sup>.

### **5.4 Tillvägagångssätt**

Detta avsnitt tar upp hur vi gick till väga med användningen och bearbetningen av materialet och självklart även själva undersökningens olika skeenden. Vi redogör för hur vi arbetat med urvalspersonerna, hur vi arbetat igenom undersökningen och metoden och tillsist följer vår slutgiltiga analys.

---

<sup>64</sup> Östbye Helge 2004: 103

<sup>65</sup> Wibeck, Victoria 2000: 61-62

Vi började hela intervjuprocessen med att personligen ta kontakt med lärare på Fässbergsskolan. Vi var i kontakt med tre lärare där en av dem samlade ihop en grupp för oss och de två andra gav oss möjlighet att komma in på deras lektion för att rekrytera deltagare för en passande tid. Vi anser att möjligheten att presentera oss själva inför eleverna gjorde att undersökningens syfte blev tydligare och trovärdigheten för studien förstärktes. Vår kontaktperson fick ihop två deltagare så vi fick i nöd av tid, spontant rekrytera två nya elever från skolans cafeteria. De ställde gärna upp, passade ihop med vårt urval och därmed var vårt problem löst. De andra fokusgrupperna deltog som planerat. Fokusgrupperna utspelades i gymnasieelevernas egen skola, det vill säga i olika klassrum på Fässbergs gymnasium. Kontaktpersonerna och övrig personal bokade rum för oss att genomföra intervjuerna.

Innan fokusgruppsintervjuerna tog plats arbetade vi ihop en intervjuguide där vi först lade fram teman och under dessa delfrågor. Våra teman utgår från våra huvudfrågeställningar om ungdomars nyhetsanvändningar och värderingar. Dessa teman täcker en rad frågor som berör ungdomarnas användning och värdering av nyheter. Vi eventuella svar hade vi dessutom följdfrågor för att utveckla svaren och ge mer material för oss att arbeta med. Till en början hade vi en utsatt tidplan för våra intervjuer men eftersom vi var tvungna att anpassa oss efter de tider Fässbergsgymnasiet erbjöd oss blev våra intervjuer tidigarelagda. Detta ledde till att vi hade lite tid på oss att utforma intervjuguiden men vi gjorde så gott vi kunde. Vi följde dock inte intervjun från ord till ord och ibland ansåg vi att det var bra att inte gå enligt guidens frågeföljd eftersom en del grupper tidigt började tala om till exempel stora intressanta nyheter. Då gick vi igenom varför det gjorde det och varför de ansåg detta vara spännande och viktigt. Vi lät ofta deltagarna leda intervjun så att vi fick så grundliga svar som möjligt. Alla grupper diskuterade aktivt, en del mer med moderatorn, en del mer som en grupp. Vi anser dock att moderatorn höll sin roll som intervjuare och även om en del grupper var mer riktade mot honom flöt diskussionerna på liknande sätt. Intervjuguiden hjälpte oss att hålla den strukturerade utgångspunkt vi hade planerat från början. För att ge deltagarna en mer konkret känsla av vår undersökning visade vi olika artiklar i GP, Aftonbladet och Expressen. Valet av artiklarna baserade sig på de olika delar i tidningarna som utrikesnyheter, inrikes, lokala nyheter, sport och nöje. Det var inte fråga om vad de valda artiklarna egentligen innehöll utan vi ville se om de olika nyheterna intresserade överhuvudtaget eleverna. De hade förstås alternativet att säga att artiklarna var något de inte brydde sig om, men även då ville vi veta varför. Eftersom alla intervjuer inte genomfördes på samma dag varierade nyheterna och artiklarna för de olika grupperna, vi ville nämligen ha så nya nyheter som möjligt. Vi bjöd eleverna på godis, lussekatter och dricka för lätta

på stämningen mellan deltagarna och oss, samtidigt som vi började men en öppningsfråga för att få eleverna varma i kläderna. De flesta deltagarna i grupperna kände varandra från förut och även om eleverna i en grupp inte kände varandra fungerade diskussionen.

Fokusgruppsintervjuerna delade vi upp så att en av oss varje gång fungerade som moderator och den andra som observatör. Vi valde att arbeta på detta sätt eftersom reliabiliteten ökar då man har samma moderator i alla intervjuer<sup>66</sup>. Observatörens uppgift var att observera den intrapersonella kommunikationen inom grupperna och anteckna en del av deltagarnas kommentarer för att underlätta transkriberingen. Den ickeverbala kommunikationen har betydelse eftersom till exempel sinnestämningar och personligheter inte spelas upp av bandspelaren vi använde oss av.

Fokusgruppsintervjuerna varierade mellan 45 minuter och en timme men övergick inte denna tid. En del intervjuer fortgick smidigare och mer ostrukturerat än andra medan en del var mer beroende av moderatorns ledning. Skillnaderna kan ha berott på att till exempel grupp fyra bestod av en grupp tjejer som var en aning blyga då grupp tre bestod av väldigt öppna och utåtriktade killar. Oberoende intervjuernas struktur, berörde alla grupperna samtliga teman och frågor.

Efter att vi genomfört intervjuerna lyssnade vi igenom banden och diskuterade oklarheter och otydliga svar. Därpå följde transkriberingsprocessen.

Transkriberingen av intervjuerna krävde mycket arbete, tid och koncentration och vi valde att göra en så kallad realistisk transkribering. Detta innebär att vi koncentrerade oss på det som var viktigt för vårt syfte och relevant med vår undersökning. Efter att transkriberingen var genomförd läste vi igenom intervjuerna för att få ett helhetsintryck av vårt material. Därpå markerade vi intervjufrågorna med olika färger, vilket var vår första strukturering av texten. Efter detta läste vi grundligt igenom materialet och skrev upp eventuella infall i marginalen. Sedan följde vår kategorisering där vi delade in intervjufrågorna i tre olika kategorier i förhållande till våra frågeställningar. Dessa är 1) Användning 2) Behov och motiv 3) Nyhetsvärdering. Alla frågor som berörde ungdomarna nyhtes användning strök vi under med blått, då behov och motiv var understräckt med rött osv. Slutligen jämförde vi svaren i de olika grupperna med varandra och hittade därmed likeheter och skillnader.

---

<sup>66</sup> Wibeck, Victoria 2000: 120

## 5.5 Validitet och reliabilitet

I detta avsnitt kommer vi att diskutera undersökningens validitet och reliabilitet. Med dessa begrepp menar vi undersökningens giltighet och tillförlitlighet. Validitet har att göra med tolkningen av det som observerats och om man undersökt det som man haft för avsikt att studera. Reliabiliteten berör att olika forskare, oberoende av varandra, ska komma fram till samma resultat när de studerar ett material. Eftersom människan har en tendens att se och höra endast det som bekräftar hennes egna ståndpunkter anser vi det vara ytterst viktigt att verifiera vår analys<sup>67</sup>.

Syftet med en fokusgruppstudie är inte att generalisera som vi redan nämnt tidigare i uppsatsen. Vi vill inte dra slutsatser om hela ungdomsgrupper i Sverige utan vi vill urskilja åsikter och värderingar av de ungdomar som deltagit i vår undersökning. De slutsatser vi däremot kan dra utifrån våra intervjuer är de ställningstaganden ungdomarna gör i förhållande till nyheter. Vi kan öka förståelsen över det våra deltagare säger och se ifall det avviker från den allmänna uppfattning samhället har av denna åldersgrupp. Vi kommer även att observera de interaktionella aspekterna inom fokusgruppen. De kommunikativa strategier vi eventuellt finner, så som att skratta när de talar om något pinsamt, är inte heller något generaliserbart. Dessa strategier kan vi då endast konstatera att förekommer i en del grupper.

Det är viktigt att de teorier vi använt oss av är relevanta för vårt syfte eftersom de ligger som grund för våra frågeställningar. Vi anser att våra frågeställningar täcker de teorier vi redogör för och de står som en bra referensram för studien och uppsatsen.

De problem vi stött på under uppsatsarbetet har främst att göra med fokusgrupperna. Då vi presenterar oss som samhällsstuderande från Göteborgs Universitet finns det en tendens att eleverna koncentrerade sig på att ge så korrekta svar som möjligt och till och med svara så som de trodde vi ville att de skulle svara. Eftersom vi började alla intervjuer med att säga att det inte finns något rätt eller fel svar på våra diskussionsämnen anser vi att eleverna svarade så som de tyckte och tänkte själva. Ett annat eventuellt problem var att det fanns i samtliga grupper någon elev som inte var så aktiv som de andra deltagarna. Vi klarade denna situation genom att moderatorn ofta vände sig till denna elev, gav den ordet och försökte dämpa de deltagare som dominerade i diskussionerna.

Den sista faktor som kunde ha påverkat undersökningens validitet var dominansen av deltagare från samhällsvetarprogrammet. Eftersom många av dessa elever ansåg att politik och ekonomi var tråkiga ämnen känner vi att riktningen på gymnasiet inte påverkar intresset av nyheter. Även om de

---

<sup>67</sup> Wibeck, Victoria 2000: 119-122

var samhällsvetare såg vi ingen skillnad i nyhetsengagemanget jämfört med dem som gick i naturprogrammet.

När det gäller vår analys har vi använt oss av våra gymnasieelevers utsagor som vi presenterar i citatform vilket underlättar läsarens förståelse hur vi gjort vår tolkning. Vi har valt att använda skriftspråk då vi citerar och håller deltagarna anonyma.

## **6. Resultat och analys**

I detta kapitel kommer vi att presentera, analysera och tolka vad fokusgrupperna diskuterat med varandra. Vi kommer att ha våra frågeställningar som grund för analysen men eftersom det finns endast tre kommer vi att även ta upp de betydande frågorna vi haft under frågeställningarna. Frågeställningarna behandlar vi utifrån vårt teoretiska perspektiv.

Först presenterar vi våra fokusgrupper och fortsätter med våra frågeställningar där vi behandlar de frågor vi ställt deltagarna. Vi kommer även att sammanställa fokusgruppernas diskussioner kring frågeställningar eftersom det underlättar läsandet och förståelsen.

### **Presentation av fokusgrupperna:**

#### **Grupp 1**

Den första gruppen består av fyra elever, två killar och två tjejer. Killarna är 18 och 19 år då tjejerna är 16 och 17 år. De går alla på samhällsprogrammet på Fässbergsgymnasiet i Mölndal.

#### **Grupp 2**

Den andra gruppen består av fem killar. Två killar är 18 år, två är 16 och den sista är 19 år. Alla killar går på naturprogrammet på Fässbergsgymnasiet i Mölndal.

#### **Grupp 3**

Den tredje gruppen består av tre tjejer och en kille. Alla deltagare är 17 år, går på samhällsprogrammet på Fässbergsgymnasiet i Mölndal.

#### **Grupp 4**

Den sista gruppen består av tre 17-åriga tjejer och en 18-årig tjej. De går alla på samhällsprogrammet på Fässbergsgymnasiet i Mölndal.

## **6.1 Hur använder sig ungdomarna av nyheter?**

Den första frågeställningen handlar om hur ungdomarna använder sig av nyheter. Vi vill undersöka hur engagerade ungdomarna egentligen är av nyheter och till vilka medier och kanaler de vänder sig för att ta del av dem. Vi är även intresserade över hur deras nyhetsvanor ser ut, hur ofta de ser och läser nyheter och på vilket sätt de gör det. Under denna frågeställning ligger nyhetsanvändning i fokus.

Hur engagerade är ungdomarna av nyheter egentligen? De flesta ungdomarna i våra grupper ser på nyheter regelbundet, det vill säga dagligen, då några undantag deltar mer sällan eller inte alls. Alla är dock överens om att de oftast läser morgontidningen, vilket omfattar även gratistidningarna, eller ser på nyheterna i TV. Internetanvändningen nämndes även i samtliga grupper men inte lika primärt som televisionen och morgontidningen. I en grupp diskuteras hur mycket tid man kan lägga på att se eller läsa nyheter och många är överens om att man ibland helt enkelt inte har tid. Eleverna har ibland mycket läxor, hobbies samt andra förpliktelser och då har man inte möjlighet att delta i nyhetsflödet. De menar att det inte är en fråga om intresse utan mer en fråga om tid. Under 2000-talet har gratistidningarna gjort stor succé bland buss- och spårvagnsresenärer vilket tydligt syns även i våra fokusgrupper. Samtliga grupper tar upp den relativt nya tidningsidén. En grupp diskuterade kring hur man tar del av nyheter och i synnerhet gratistidningar. De menade att tillgången till nyheter är stor och att det ibland till och med kan vara svårt att undvika dem då man dagligen stöter på tidningsutgivarna vid busshållplatserna. En tjej i grupp fyra säger följande:

*”Jag tar en tidning av dem som delar ut, jag har alltid en tidning i väskan och så läser jag den på bussen.”*

Många ser positivt på gratistidningarna eftersom de är mer kortfattade än de stora morgontidningarna och läser dem därför dagligen. Ungdomarna vill ta del av nyheter och många gör det om de har extra tid och speciellt ifall skolan ställer det kravet. Ifall nyhetsanvändandet är primärt, det vill säga om ungdomarna sätter sig ner i soffan, byter till Rapport klockan 19.30 och verkligen aktivt tittar på nyheterna är tudelat. Den största delen läser de artiklar och nyheter som berör egna intressen då ett mindre antal deltagare menar att då man till exempel ser på nyheter är man fullt koncentrerad på tittandet och gör inte något samtidigt.

Under intervjuens genomförande hade grupp tre och fyra i läxa av sin lärare att läsa och se på ekonominyheter varje onsdag. Detta ökade naturligtvis engagemanget för dessa elever men ifall det var ett nöje fick vi snabbt svar på.



*”Tjej grupp fyra: Vi har ju läxa till varje torsdag och då sitter man varje onsdag och kollar klockan 22 ekonominyheterna.*

*Moderatorn: För att ni måste?*

*Tjej grupp fyra: Ja.”*

*”Kille grupp tre: I ekonomin ska man ha läst en nyhet om ekonomi till varje torsda och då pluggar man extra på ekonominyheterna.*

*Tjej grupp tre: Ja det är på onsdag kvällarna som man sitter och känner att man måste. Det är den enda gång man verkligen måste koncentrera sig.”*

Då vi kom till frågan vart de vänder sig för att ta del av nyheter fick vi en del likartade svar men även en del förvånande svar. De flesta tittar på tv-nyheter eller läser tidningen. De dominerande tidningarna är gratistidningarna och GP. Många menade dock att de läste GP bara ibland ifall man hade tid då den är så tjock med så många sidor.

*”Kille grupp ett: Vi får ju GP hem varje morgon men det är ju knappast varje dag man hinner läsa den.”*

*”Tjej grupp fyra: Jag lyssnar på radion då och då, men mest tv och gratistidningar. Det händer att man läser GP nångång.”*

Internet anses också vara ett attraktivt nyhetsmedium då åtminstone en i varje grupp menar att den tar del av nyheter på Internet.

*”Kille grupp 3: Jag tycker Internet är bättre än en tidning. Där kan man typ söka och trycka på rubriker och komma vidare och inte behöva sitta och söka hela tiden.”*

En annan kille anser att ungdomar generellt tar ofta del av nyheter på nätet: *Vi är vana alla ungdomar att man kollar på nätet, istället för att bläddra i tidningarna, aftonbladet.se, GP vad som helst, hela tiden, 24 timmar nytt.*

Vi kan se att de traditionella medierna dominerar även om Internet har en viss dragningskraft till ungdomar. De sidor som besöks främst är aftonbladet.se och annan press. Radion är dock något som nämns ytterst sällan i intervjuerna som en nyhetskanal men två tjejer i grupp tre lyssnar på radio. En tjej säger att hon lyssnar på radionyheter då de kommer mellan NRJ's musikprogram. En annan tjej i gruppen anser dock att man inte lyssnar på radio så mycket mer. Den tredje tjejen i gruppen anser att det är helt naturligt att lyssna på radio och därmed även radionyheter på mornarna samtidigt som man sminkar sig. Hon blir förvånad att den ena tjejen i gruppen inte gör det.

En kille i grupp två vill inte ta del av nyheter överhuvudtaget eftersom han anser att nyheterna är fulla av dold propaganda. Istället söker han sig till Internet och går in på en sida som heter Flashback. Detta är ett forum med diskussioner om händelser runt om i världen.

Engagemang kan även vara att man diskuterar om nyheter med föräldrar och kompisar vilket diskuteras i tre av våra fokusgrupper. Deltagarna menar att man lätt pratar i till exempel skolan om det hänt något som berört mycket människor eller väckt mycket känslor. Dessutom kan föräldrar förklara någon händelse om det blivit oklart för den unga. En diskussion i grupp ett om hur man ser på nyheter och föräldrars inblandade engagemang:

*Tjej ett, grupp ett: Om man kollar på nyheterna med sina föräldrar så kan man tala om det lite och så.*

*Tjej två, grupp ett: Det är så för mig med, om man ser med föräldrarna så talar man om det under tiden. Men annars brukar jag inte vara så jätteaktiv.*

En kille i grupp två menar att engagemanget i nyheter är slumpartat då man oftast tar del av nyheter när något stort händer. Han menar även att engagemanget ökar då nyheterna berör något som man personligen är intresserad av och i detta resonemang instämmer de flesta i alla grupper.

*Kille grupp två: Det kommer som en slump, alltså om jag vet att nu har någonting hänt, exempelvis översvämningarna här i Mölndal och så kommer det på nyheterna och då är det ju kul att kolla för att det handlar om Mölndal. Om det handlar om fotbollslandslaget så kollar jag. Det beror på. Om det är intressant. Inte så att nu kommer nyheterna – nu ska ja kolla för att hänga med om vad som händer i världen.*

Nyhetsanvändningen kan även vara slumpartad menar en annan kille i grupp två då han ofta zappar mellan kanalerna och fastnar kanske ibland på rapport eller aktuellt då något annat program har reklampaus. Några av respondenterna menar att man även kan ta del av nyheter när man gör något annat. Man sminkar sig samtidigt som man lyssnar på radio, man äter frukost då man ser på Godmorgon Sverige eller i väntan på ett program eller film på TV. Då skolan ställer krav på eleverna att se mer på nyheter blir det till en viss grad en ökad aktivitet men om detta är frivilligt diskuterar vi senare i analysen. Med andra ord är det inte ovanligt att ta del av nyheter på ett sekundärt sätt.

### **6.1.1 Sammanfattning – Så använder sig ungdomarna av nyheter**

Ser ungdomar på nyheter? Läser de dagspress? Vi kan klart se att ungdomarna i stort sätt bekräftar de generella mönster i fråga om nyhetsanvändning, så som vi presenterar i vår bakgrundsdel. Intresset finns att läsa om de ämnen som faller in i deras intresseområden och de vill och tar del av nyheter dagligen. På grund av läxor och andra hobbyn ungdomar ägnar sin tid åt, är engagemanget inte lika stort som hos vuxna men viljan om att vara uppdaterad av händelser är lika stark. Enligt de flesta ungdomar vi intervjuat existerar det ingen norm som säger att man skall ta del av nyheter. Däremot finns en sådan norm i de vuxnas samhälle då känslan om att man bör hålla sig uppdaterad är ständigt närvarande. Kortfattat vänder sig ungdomarna fortfarande främst till de traditionella medierna då de vill se eller läsa nyheter. Då radion tappar sina anhängare blir Internet mer populärt och används alltmer av ungdomar. Dagligen tar våra respondenter del av nyheter om de inte har mycket läxor, hobbyn eller är på resa. Gratistidningarna läses aktivt eftersom de är lättillgängliga och utan att man behöver själv leta reda på dem. Dessutom är de mer kortfattade än vanlig morgonpress och GP anses vara för tjock med för många sidor. Många respondenter tar del av nyheter på ett sekundärt sätt då de samtidigt äter frukost, väntar på ett annat program eller sminkar sig. Engagemanget ökar även vid skoluppgifter som är kopplade till nyheter. Eleverna brukar också ibland diskutera olika nyheter med varandra och föräldrar om något viktigt har hänt eller väckt känslor.

## 6.2 Varför ser ungdomar på nyheter, varför inte?

Vår andra frågeställning berör orsakerna till varför ungdomarna tar del av nyheter eller även varför de inte gör det. Med andra ord vill vi undersöka vilka motiv och behov ungdomarna har för att del av nyheter. Vi lägger även fokus på att skilja de faktiska behov och motiv för nyhetsanvändning och ungdomarnas subjektiva uppfattningar om vad deras motiv är. Med hjälp av McQuail och Katz redogör vi och tolkar våra deltagares behov för nyhetsanvändning. Här följer våra respondenters tankar.

I samtliga grupper förekommer det ofta att orsaken till nyhetsanvändning är att hålla sig uppdaterad om vad som händer runt omkring dem. Många elever menar att det känns bra att veta vad som händer och att hålla sig uppdaterad om olika händelser. Även om det finns en enighet i detta resonemang kommer det fram i varje grupp att tidsfördriv även är ett betydande motiv. Det framgick under intervjuerna att tidsfördrivet var en av de mest bidragande faktorerna till varför man tar del av nyheter men det fanns även en tendens att våra respondenter svarade på denna fråga att de tog del av nyheter för att hänge med. Folk läser metro på bussen för att det inte finns något bättre att göra, man zappar mellan nyhetskanalerna i väntan på en film eller ett TV-program eller så ser på man nyheter för att man helt enkelt har tråkigt. Grupp tre diskuterade om de motiv de har för nyhetsanvändning och hade alla i stort sätt samma orsaker:

*”Tjej ett: Jag känner mig helt borta om ja inte typ ser på någon sorts nyhet. Jag flyttade hit förra veckan och då hade jag ingen tv, radio eller tidning och jag blev helt isolerad från världen. Jag visste ingenting om Discoveryresan och sådant. Jag var helt borta.*

*Tjej två: Man vill ändå hänga med om det som händer.*

*Alla instämmer om att man vill känna sig uppdaterad.*

*Kille ett: Jag har aldrig tänkt så att nu måste jag vara uppdaterad utan man bara gör det.*

*Tjej ett: Nej, nej inte jag heller.”*

Respondenterna menar att det är intressant att läsa om det som händer i ens närhet vilket även kan vara ett så kallat känslomässigt behov enligt Katz. Man kanske dras till artiklar om välkända miljöer för att få utlopp för känslor. Även om detta inte är ett direkt medvetet behov för nyhetsanvändning finns det en viss logik i det. Största delen av våra respondenter ansåg att översvämningarna i Mölndal var intressanta, viktiga eller underhållande. De menade att det var speciellt intressant för att det hände i deras egen miljö, där de antingen bor eller går i skola. Ungdomarna nämnde inte om

personliga behov som att förstärka självförtroende eller att själva vinna status och trovärdighet men däremot diskuterades flyktbehovet i samband med nöjesnyheter. Den tredje gruppen spekulerade mycket kring varför de tar del av nöjesnyheter och varför till exempel Hollywood-livet känns underhållande:

*”Tjej tre: Det känns lite som en fantasivärld.*

*Kille ett: Ja, det känns som om de inte finns.*

*Tjej tre: Ja det är som en lite saga på något sätt.*

*Kille ett: Dom är bara i tidningarna fast de finns i verkligheten. Man kan inte tänka att de har vanliga liv som vi.”*

Denna diskussion kan man tolka på så sätt att respondenterna som tar del av nöjesnyheter söker någon slags flykt från verkligheten. Det så kallade flyktbehovet innebär en flykt från vardagens bekymmer och man genom media kan ta del av andras liv utan att själv behöva ta ansvar för det som händer. Tidigare i intervjun säger en tjej att hon ofta tänker att det skvaller som skrivs inte alltid är sant men att hon gärna vill tro att det stämmer. Hon har svårt att förklara varför hon attraheras av nöjesnyheter men kommer fram till att det ligger något i att kändisar skall ha så fina och perfekta liv då de i slutändan inte har det. De andra tjejerna instämmer och menar att kändisarna har det bättre ställt ekonomiskt men är nödvändigtvis inte lyckligare för det.

Generellt sätt intresserade roande och lättsamma nyhetsartiklar samtliga grupper mer än seriösa, politiska och ekonomiska artiklar även om det diskuterades mycket om viktiga nyheter och nyheter som påverkar.

Som vi redan tog upp i avsnittet om användning och engagemang säger respondenterna att de ibland diskuterar om nyheter med vänner och familj. Enligt Katz är även detta ett motiv för nyhetsanvändning. Vi talar då om de sociala behoven då man vill stärka banden mellan familj och vänner genom att ha något att tala om. Två killar i grupp två påpekar att nyheterna är svåra att undvika, att de finns överallt och verkligen bjuder på samtalsämnen. De menar att det finns en tendens att diskutera kring en nyhet om den fascinerar eller är annorlunda. Den ena killen menar även att skolan bidrar med någon slags diskussion kring nyheter. De som går i Samhällsklassen omringas av mycket nyheter och han säger att i en sådan situation behöver man inte heller aktivt leta efter nyheter utan de kommer till en om man vill det eller inte.

En del elever talar om att de ser på nyheterna samtidigt som de äter frukost och en del nämner att de ser på nyheter en viss tid på kvällen. Detta kan vara ett sätt att strukturera vardagen utan att man

egentligen är medveten om det. Medierna och nyheterna har tendensen att stå som rutiner och därmed ger det en struktur för vår dag. I den första gruppen diskuterades detta:

Enligt McQuail's syften för nyhetsanvändning som exempelvis strukturering av vardagen och tidsfördriv nämner respondenterna även att nyheter kan minska den personliga osäkerheten. Två grupper talar om att det är bra att ta del av nyheter för att veta var man kan gå under stora festligheter och vilka ställen man skall undvika. En kille i grupp två berättar:

*”Kille ett: Jag läser ”Dygnet runt” för att se om det är lugnt i Mölndal eller om det fortfarande är idioter som härjar omkring. Man måste ju veta om jag går ute och är trygg eller ska jag vara rädd. Ska jag våga släppa ut mina småsyskon.”*

En tjej i grupp tre tänker i samma banor och säger följande:

*”Tjej ett: Man vet ju vart man inte skall gå och så. Till exempel på Göteborgskalaset säger de att 7 flickor har våldtagits på Heden. Och då vet man att man inte skall gå där.”*

Två andra respondenter diskuterar om samma ämne. En kille i den första gruppen talade om att han skulle resa till London en månad efter att terrordåden hade inträffat i London och såg mycket på nyheterna eftersom han vill vara uppdaterad över situationen och om det hade lugnat ner sig när han skulle åka. En annan kille i den tredje gruppen hade en syster i Mexiko då orkanen Caterina varit igång. Även han kände att det var viktigt att följa med nyheterna extra mycket under denna period. Här följer deras tankar:

*”Kille ett: Jag skulle åka till London en månad senare, så det är klart man följde utvecklingen.”*

*”Kille två: Jag hade en syster som var med om orkanen i Mexiko city, så det är klart att ja blev lätt rörd av det och jag följde ju och hoppades på att den inte skulle ta den vägen.”*

Även detta är ett sorts sätt att minska den personliga osäkerheten. Saker som berör familjen och släkt hör i stort sett till den personliga sfären och blir därmed något viktigt för individen.

### **6.2.1 Sammanfattning – Därför tar ungdomarna del av nyheter**

Det verkar finnas många motiv och behov för ungdomarnas deltagande av nyheter. En del motiv är mer tydliga och medvetna då andra ligger lite under ytan. Alla ungdomar i fokusgrupperna är överens om att de främst tar del av nyheter för att veta vad som händer runt omkring dem. De menar att det känns bra att vara uppdaterad om olika händelser och ställer främst detta krav på dem själva. En underkategori till motivet att vara uppdaterad är att man lär sig av nyheter. Nyheterna ger inte endast kunskap om händelseförlopp eller skeenden utan även kunskap för den enskilda individen. Ett behov som ungdomarna efter en viss förfrågan av moderatorn erkände var att många läser tidningen eller ser på nyheter som ett tidsfördriv, då man har tråkigt eller ingenting bättre att göra. Några påpekade även att nyhetsanvändningen kan vara en rutin eller vana som hör till vardagen. Ungdomarna hade klart den uppfattningen om att de tar del av nyheter för att känna sig informerade men lika påtagliga behov var tidsfördrivet och att bli road av det man läser och ser. Våra respondenter diskuterade om viktiga nyheter och det som påverkar dem själva. Då vi visade konkreta exempel på artiklar hade de dock tendensen att vara mer intresserade av nöjesnyheter och lättsamma artiklar. Andra förekommande behov var det känslomässiga och det sociala behovet. Ungdomarna dras lätt till artiklar om den egna miljön eftersom det till en viss mån ger utlopp till känslor. Det sociala behovet gällande deltagande i nyheter handlar om att de står som källa för samtalsämnen. Ungdomarna diskuterar nyheterna de såg kvällen innan i Rapport för att de kanske väckt missnöjde eller fascination. En del respondenter talade även om nyheter tillsammans med föräldrarna. Även behov av att komma iväg från vardagen diskuterades i samband med nöjesnyheter. En del ungdomar, främst tjejer, ansåg att kändislivet kändes lite som en fantasivärld eller roman och att deras liv kändes på något sätt överkligt även om de var fullt medvetna att de saker som de läser verkligen händer.

Behovet av att minska den personliga osäkerheten berördes i tre av fokusgrupperna. Om det var fråga om någon familjemedlem som befann sig där en nyhet hade brutit ut ökade intresse av att ta del av nyheter. Dessa ungdomar ansåg att det kändes viktigt för dem att veta hur situationen utvecklade sig och att det fanns en ständig oro för släktingen. Detta behov kom även fram då ett antal ungdomar diskuterade om att det var viktigt att läsa nyheter för att veta vart man skulle gå på stora festligheter eller om området där man bodde fortfarande hade kriminalitet. Igen i detta fall var man naturligtvis orolig för sig själv men även för syskon och familj.

Slutligen kan vi säga att det kognitiva behovet dominerar enligt respondenterna själva, det vill säga ungdomarna vill få information, kunskap och förståelse om sin omvärld. Även om det finns en tendens att nyhetsdeltagandet kan vara ett visst sätt att fördriva tiden är det något ungdomarna inte riktigt vill erkänna. De sociala och känslomässiga behoven existerar bland våra respondenter men diskuteras inte i alla grupper.

### **6.3 Hur definierar och värderar ungdomar nyheter?**

Här vill vi ta reda på vad ungdomarna i vår undersökning anser att en nyhet är en nyhet för dem, vilka ämnen som de anser är nyheter och vilka egenskaper en nyhet skall ha för att vara intressant för dem. Vi vill undersöka vilka nyheter de anser är viktiga, intressanta, spännande, roliga, tråkiga och så vidare.

När de fick diskutera vad som är en nyhet för dem svarade samtliga grupper likartat; *att en nyhet är något som berör många och som har hänt nyligen.*

Där de flesta tryckte på att en nyhet är något som skett nyligen rent tidsmässigt. Andra inslag om vad som är en nyhet är att en nyhet är en händelse som är *viktig, stor och viktigt för samhället, att nyheter är det som folk behöver veta.* Att nyheter har ett mer informativt syfte. En tjej menade att en nyhet inte behöver vara något stort så länge den berör många människor. Hon menade att en liten händelse kan påverka hela samhället och inte bara den privata personens liv.

*”tjej grupp tre; jag menar om Bengts källare svämmar över så kanske det inte påverkar oss direkt men om det blir strul med hans försäkringsbolag så kan det vara viktigt för oss”*

Samtliga grupper menade även att en nyhet bör vara något ”nytt” i den bemärkelsen att det är något som man inte visste om tidigare. Med vissa undantag då det till exempel handlar om en följetång, det vill säga en nyhet som sträcker sig över en längre tidsperiod och där man presenterar lite nytt varje dag. Även konflikter mellan olika länder togs upp som exempel på nyheter som inte heller behöver vara något nytt.

*”tjej grupp ett: någonting som berör ganska många och som har hänt ganska nyligen.”*



*”kille grupp två: En nyhet behöver inte vara något som aldrig hänt förut utan det kan även vara en konflikt mellan två länder, som Palestina och Israel exempelvis.”*

Fast några deltagare menade också att en nyhet inte nödvändigtvis behöver vara något helt nytt. Att även gamla nyheter och händelser kan vara nyheter så länge man presenterar den med ny fakta. Men betoningen låg ändå på att det var något man inte visste innan, alltså något nytt.

*”kille grupp ett: Själva händelsen behöver inte vara ny i sig, men fakta om händelsen skall vara ny, någonting man inte har fått reda på tidigare.”*

Ytterligare kring vad som är nyhet för våra deltagare resonerade även några kring rena ämnen. De flesta sa att en nyhet ofta har med politik att göra men även att det handlar om nya upptäckter, mord, olyckor och brott, dödsorsaker och naturkatastrofer. Men vilka ämnen som våra deltagare tyckte var viktiga och som de anser var nyheter kommer vi in på mer senare.

Vad våra deltagare sa att en nyhet är kan ställas mot vår teori och tidigare forskning. Det huvudsakliga resonemanget som fördes i alla fyra grupper var *att en nyhet är något som skett nära i tid*. Tidsaspekten är en egenskap som de flesta nyhetsforskare nämner som avgörande för en nyhets värde, såväl Galtung och Ruges ena huvudaspekt för nyhetsvärde: den om närhet i tid, som McManus och Hvitfeldts båda checklistor där närhet i tid finns med, samt Shoemakers dimension om tid (timeliness). När det gäller resonemanget kring *att en nyhet är en händelse som berör många* som många av våra deltagare tog upp så är det däremot lite svårare att tolka. Eftersom den fokuserar mer på nyhetsvärdet i sig, det vill säga vad som gör en nyhet viktig. Vad som gör en nyhet viktig kan tolkas på flera plan inte enbart utifrån olika nyhetsvärderingskriterier. Det är här konflikten som Bengt Johansson tar upp mellan de två styrfälten om ”vad publiken vill ta del av och vad de bör ta del av” spelar in. Eftersom vi endast är intresserade av vad våra deltagare anser är viktiga nyheter så kommer vi därför fokusera mer på det personliga planet och tolka det med hjälp av vårt teorikapitel.

Viktighet leder in oss på området vilka ämnen som deltagarna var intresserade av och som de ansåg var nyheter eller vilka som inte är det. På frågan om vilka nyhetsämnen det var intresserade av fick vi en rad olika svar. Politik som många betonade som nyheter hade inte alls samma värde när det kom till intresse. Största andelen av eleverna var inte alls intresserade av politik, speciellt i grupp tre och fyra. I grupp ett visade sig att båda killarna och den ena tjejen vara intresserade av politik och betonade att dessa ämnen var väldigt viktigt för dem. Dels på grund av att det var kopplat till deras

intresse och dels att de alla gick en utbildning som utbildning med inriktning på samhälle och politik.

*”kille ett, grupp ett: Politik, absolut. Jag tycker politik är intressant och kul, dessutom är det bra att veta vad som händer.”*

*Kille två och tjej instämmer.*

Intresse var ett flitigt och återkommande inslag i alla våra intervjuer. Det finns en tydlig koppling bland våra deltagare mellan intresseområde och vilka nyheter våra deltagare anser som intressanta och viktiga. Samtliga menade att intresse spelar stor roll i vilka nyheter man väljer att ta del av men detta är ett väldigt brett område eftersom intressen kan vara allting från fiske, sport, kändisar till politik, historia. Ett annat återkommande inslag var nyheter som berör och väcker känslor. En del deltagare nämnde att ämnen som brott och olyckor som var intressanta. Inte för att de var intresserade av brott och olyckor i sig utan mer att dessa ämnen väckte känslor hos dem. Även lokala nyheter och nyheter nämndes som intressanta även här med motiveringen att de gick att relatera till och påverkade dem personligen. Alla de olika ämnen som dök upp kring den här diskussionen: intresse, väcka känslor, relatera, påverkan är alla egenskaper som skapar värde för en nyhet. Även väder nämndes av två deltagare men då endast i syfte som information om hur man ska klä sig. Här rör det sig om ett rent informativt syfte.

När vi kom till själva nyhetsvärderingsfrågan där vi i praktiken visade ett antal artiklar inom olika områden för deltagarna som de fick värdera och motivera. Detta för att få en djupare förståelse om hur de värderade nyheter rent konkret.

Vi började med lokala nyheter där vi visade en rad olika lokala nyheter från Göteborg och Mölndal. Många ansåg att dessa var väldigt viktiga nyheter eftersom dessa berörde deras närmiljö och hade en viss inverkan på dem, att det lätt gick att relatera till lokala nyheter. Somliga deltagare tryckte på dels att det gick att relatera till men även att det som sker i ens närområde faktiskt påverkade än mer. Flera deltagare resonerade kring översvämningen i Mölndal. Några nämnde säkerhet och trygghet för dels sig själva men även andra:

*”tjej grupp tre; jag åker buss hit varje dag så det är ju bra att så jag inte kommer försent”*

*”tjej grupp tre; Alltså, ska man ut på Göteborgskalaset och de säger att sju personer våldtagits på heden då vet man att man inte ska gå dit”*

En stor andel menade även att det är viktigare för dem att veta vad som händer i deras egen stad eller stadsdel än att veta vad som händer i Stockholm eller utanför Sverige. Detta diskuterades av några elever:

*”kille ett, grupp ett: Lokala nyheter är liksom närmare, man känner att man har större del i det.*

*”kille två, grupp ett: Man känner sig förknippad med det och kan associeras sig med det”.*

*”tjej grupp ett: Lokala nyheter blir väl också intressanta då de påverkar mig och mina vänner, men mest för att det är mitt ställe.”*

Den geografiska närheten var väldigt tydlig hos våra deltagare när det gäller värderingen av en nyhet. Vilket även är ett viktigt kriterium enligt såväl Hvitfelt i att en nyhet utspelas på kort avstånd geografiskt som Shoemaker att en nyhet är nära geografiskt (proximity).

Vad som mer är intressant angående lokala nyheter var att många deltagare menade att det fanns skillnader mellan lokala nyheter. Lokala nyheter som de ansåg viktiga och intressanta var dels de som deltagarna kunde relatera till och som berörde dem. Att nyheter som handlade om Mölndal eller andra platser och områden som de kände igen och kunde relatera till var mer intressanta än platser och områden de inte kände igen. Även vad den lokala nyheten rent ämnesmässigt handlade om spelade också roll, detta är i sig själv är en högst personlig värdering av en nyhet men tillsammans med att våra deltagare inte kunde relatera till området förstärker det värdeminskningen av en nyhet.

*”tjej grupp fyra: Alltså en demonstration är inte en sådan stor grej. Sedan att de sker på ett ställe som inte har med oss att göra.”*

Gällande vilka lokalnyheter man tog del av skilde sig helt klart åt från person till person. En nyhet som de fick diskutera kring var en om ett förslag att bygga ett hyreshus på Skanstorget som skulle skymma Skansen Krona. Somliga ansåg den viktig för att de visste var skansen krona låg och kunde relatera till den platsen. Medan andra ansåg den oviktig för att de inte visste var det låg. Det fanns däremot lokala nyheter som det rådde enighet kring som till exempel översvämningen i Mölndal. Samtliga deltagare tog upp den som en viktig och intressant nyhet, detta på grund av en rad olika anledningar. Först och främst för att alla kunde relatera till platsen sedan att de berörde och påverkade samtliga eftersom de alla rörde sig dagligen i området som hade översvämmats, sedan att

det även handlade om en såpass ovanlig händelse som en översvämning gjorde nyheten viktigare och intressantare. Sedan nämnde en tjej även att översvämning satt Mölndal på kartan för resten av Sverige vilket hon tyckte var kul. Att nyheten på så sätt även var lite underhållande.

*”tjej grupp tre: Men nu till exempel med de här översvämningarna i Mölndal, det är ju jättestort och alla i Sverige vet om det och det är ju intressant.”*

Här handlar det om en kombination av olika värderingar där dels det geografiska området värderas, som till exempel Kålltorp mot Mölndal, där Mölndal ligger mycket närmare våra deltagare än vad Kålltorp gör och därmed får ett högre värde. Även händelsen i sig värderas där en översvämning har större värde än en demonstration.

Efter lokala nyheter gick vi in på inrikes- och utrikesnyheter. Den största skillnaden mellan hur deltagarna i vår undersökning värderade inrikes- och utrikesnyheter var att de var mer intresserade av sensationella nyheter som mord och Fuglesangs rymdfärd än om efterspel för tsunamioffer och lärarbrist i Sverige.

En annan intressant påpekelse under diskussionerna kring dessa olika nyheter var upprepningen av nyheter. Många av deltagarna ansåg att inrikesartiklarna var tråkiga och berättade om händelser de redan hade hört, sett eller läst. En artikel handlade om att många svenskar mår dåligt efter tsunamin 2004 men till exempel alla i grupp ett ansåg att detta inte alls var en nyhet för dem. De menade att detta var något kunde förstå och på så sätt relatera sig men att nyheterna ofta upprepar många händelser för att de inte har något annat att visa. Deltagarna menade även att tsunamin hände för två år sedan och att även detta påverkade deras minskade intresse av artikeln. Grupp fyra fick se en inrikesartikel som handlade om fortsatt brist på förskolelärare. Liknande som grupp ett menade samtliga i grupp fyra att detta var inget nytt utan att det redan visats i nyheter och tidningar många gånger tidigare och att man därför inte nödvändigtvis skulle läsa artikeln.

*”kille ett, grupp ett: klart folk mår dåligt efter en sådan grej men nej det är inte intressant, Det kunde man tänka sig att folk skulle må dåligt.”*

*”kille två, grupp ett: Dom tuggar lite igen för de har inget annat att visa.”*

Här kan man säga om man ska se till teorin att det handlar om dels nyheter som har spelat ut sig i tid. Alltså det tidsmässiga avståndet är för stort att det blir allt svårare att relatera. Även att nyheten

i sig upprepats så pass mycket att det inte längre är något avvikande eller något nytt längre. Desto längre avstånd i tid och desto mer upprepning desto mindre värde får en nyhet.

När vi gick in mer på upprepning av nyheter tog vi upp Palmemordet som exempel på en nyhet som ofta figurerar i nyheterna. Tjejerna i grupp ett menade att nyheter om Palmemordet skulle vara intressant oberoende om det är ett ämne som titt som tätt dyker upp i nyheterna. De anser att Olof Palme var en viktig statsminister och att ett olöst mord alltid är intressant och spännande. Intressant att påpeka är att de flesta med något undantag av deltagarna ansåg att nyheter om Palmemordet var intressanta. På grund av att Palme var en känd man även om de själva inte ens var födda när mordet begicks och själv kunde relatera till Palme. Detta berör egenskapen om eliter och kända personer som ger en händelse ett nyhetsvärde och som i det här fallet med Palmemordet väger över aspekten i tid. Men det är även ett exempel på en gammal nyhet som presenteras med något nytt.

*”kille grupp två; han var en stor man och även om jag inte levde då så pratar ändå folk om honom.”*

Tjejerna i grupp ett diskuterade vid flera tillfällen även om att det är intressant att läsa om offentliga människor som man känner till och nämner till exempel Anna Lindh och Mikael Persbrandt. Det här är också en syn som många av ungdomarna i undersökningen delar. Att händelser om människor som många känner till blir mer nyheter än händelser om människor man inte känner till.

*”tjej grupp tre: Om Persbrandt är full och gör bort sig så är det klart en större nyhet än om min granne gör likadant. Alla vet ju vem Persbrandt är.”*

Våldtäkter, mord och brott diskuterades i alla grupper som ytterligare exempel på nyheter som ofta förekommer. Samtliga grupper höll med om att nyheter som handlar om brott framförallt våldtäkter och mord är intressanta även om dessa upprepas ofta. Eftersom dessa nyheter väcker starka känslor på grund av att det är så hemska och att brottshandlingar är så avvikande från människors normala beteende.

*”kille grupp ett: På sätt och vis är det upprepning för det är någonting man sett och läst på andra ställen men det är någonting man ska tycka, det är ju ett illdåd”*

*”tjej grupp tre: Mord är ju värsta hemskt”*

En av de utvalda artiklarna handlade om en idrottstränare som blivit dömd till fängelse för våldtäckt av barn. Två killar i grupp ett menade att våldtäckt är något otroligt hemskt men faktumet att det är fråga om en idrottstränare förvånar dem:

*”kille ett, grupp ett: Att det är fråga om en idrottstränare, det kan jag inte förstå, det är ju de som ska ta hand om barnen.*

*kille två, grupp ett: Man har ju förtroende för dem, men det verkar nog ligga fel.*

*kille ett, grupp ett: Det faller inte i urtypen av en idrottstränare. Det är lite paradoxalt, eller ännu värre.”*

Här märker vi att ungdomarna i vår undersökning tenderar att värdera mer sensationella nyheter som brott och olyckor men även nyheter som handlar kända personer. Detta är en av de mest bidragande faktorerna i nyhetsvärdering som nästan alla nyhetsforskare tar upp. Till exempel Harcup och O’Neil’s checklista att en händelse handlar om något oväntat, negativ och om makteliter. Men främst tar Hvitfelt och Shoemaker upp detta, Shoemaker i sin först dimension om *novelty* alltså att en händelse får högre nyhetsvärde ju högre den värderas som ovanlig och oväntad. Hvitfelt har med brott och olyckor som egen nyhetsvärderingsfaktor men även avvikelser.

Samtliga grupper fick även diskutera kring nyheten om Fuglesangs rymdfärd. En del grupper ansåg detta är en större nyhet än andra. I grupp ett ansåg alla att det är en nyhet men inte en så märkvärdig nyhet. De var alla överens om att det är en kul händelse att en svensk åker upp till rymden men nämner det sedan inte mer. Grupp två menade att nyheten är intressant och häftig och att det är viktigt att det är en svensk som gör resan och inte bara ryssar och amerikaner.

*”kille grupp två: Det blir ju en nationalistisk känsla att vi får vara så bra att åka upp i rymden.”*

Även tjejerna i grupp fyra menar att detta är en viktig nyhet. De anser att det är ytterst intressant att det är fråga om en svensk men även att ämnet rymden intresserar dem väldigt mycket. De hade följt nyheterna oberoende om de hade varit fråga om en dansk eller norsk men att det naturligtvis var extra spännande att det var en svensk. En tjej påpekar faktumet om att rymdfärder inte är något som sker vardagligt.

*”tjej grupp fyra: Dessutom är rymden ett ställe vart man inte kan åka varje dag.”*

Här har vi en nyhet som värderats oerhört högt och som ansetts både viktig och intressant bland de flesta av våra deltagare. Detta på grund av att den uppfyller en rad olika nyhetsvärderingskriterier. Dels är den aktuell i tid, den är sensationell och avvikande, den är positiv och att den handlar om en svensk, vilket gör att den blir lättare att relatera till.

Då deltagarna diskuterade kring utrikesnyheter fick vi en hel del intressanta synpunkter och svar. Generellt för samtliga våra grupper var att nyheter som handlade om Europa (EU i synnerhet) och USA intresserade dem mer än nyheter som berörde Bangladesh, Rwanda, Irak och andra utvecklingsländer. Därför att det var lättare att relatera till Europa och USA. Dels på grund av att Europa rent geografiskt ligger närmare än länder som till exempel Bangladesh men även att vi har mer gemensamt med dessa länder än utländer. Att vi är mer lika rent kulturellt med USA och Europa.

*”kille grupp ett: Om det händer i Europa och USA så känns det som angår mig mer än det som händer i Bangladesh. Man har mer gemensamt med människor som är en del av samma kultur än de som inte är en del.”*

Våra deltagare menade även att dessa nyheter också är viktiga på så sätt att USA och EU faktiskt har mer politisk och ekonomisk makt och att vad de beslutar faktiskt påverkar oss mer. Många menade att det finns statuskillnader mellan nationer. Även statuskillnader mellan nationer nämns som ett nyhetsvärdeskriterium av Galtung och Ruge, där somliga nationer har ett högre nyhetsvärde än andra och USA och EU värderas högst bland våra deltagare.

*”kille grupp ett: USA har ju jätte stor makt och om nåt stort händer där så påverkar det oss”*

*Moderatorn: menar ni att det finns statuskillnader mellan nationer?”*

*Alla i grupp ett instämmer*

*”Kille grupp ett: Dom har ju ekonomi och militär makt som dom blir ju viktigare då”*

Under diskussionen kring olika utrikesnyheter bad vi dem jämföra och värdera två olika nyhetsscenarier; en terroristattack i Irak jämfört med en terroristattack i USA. Här var det uteslutande terroristattacken i USA som ansågs viktigare än den i Irak. Dels på grund av den kulturella närhet som vi tog upp i stycket ovan men även att en terroristattack i Irak till exempel är inget ovanligt medan en i USA är det däremot. Detta resonemang att en nyhet om till exempel olyckor, brott, naturkatastrofer och konflikter i utvecklingsländer inte är något ovanligt och därför

ointressant. Även om alla tyckte det var hemskt med sådana händelser så var de så vana vid det att de inte ansåg dessa nyheter särskilt intressanta. Att dessa nyheter inte var avvikande på något sätt längre.

*”tjej grupp tre: Det känns lite så att länderna i väst som USA, England och Europa känns mer intressanta än Irak och sådana länder, det känns lite närmare på något sätt.”*

*”tjej två i grupp tre: Om det skulle vara en attack i Irak, man vet ju att det är oroligt där och att det inte är konstigt att det händer, och det är ovanligt om det händer i USA.”*

Några av våra deltagare nämnde även att en anledning till varför man inte kunde relatera till nyheter om framförallt utvecklingsländer var inte bara det geografiska och kulturella avståndet utan att man inte ens visste vart landet låg vilket gjorde det svårare att relatera till men detta hör på sätt och vis till geografiskt avstånd. Men här spelar även kravet på att det krävs en viss kunskap innan för att kunna värdera en nyhet.

Ungdomarna i vår undersökning skilde sig även vilka utrikesnyheter man tog del av åt. Grupp ett lade större vikt vid en nyhet om den engelske premiärministern Tony Blair och ett beslut kring kärnvapen än om en översvämning på filipinerna där 1000 människor dog. Detta var dels på grund av alla sa att de var intresserade av politik och att vad Blair beslutar om kärnvapen påverkade dem mer än vad som sker på Filipinerna. Även grupp två lade mer fokus vid politiska nyheter som en om att fler oljeländer vill ha kärnkraft och en om en EU-kompromiss. Dels för att samtliga sa att de var intresserade av politik och även att EU var viktigt att förstå och hänga med i eftersom det har betydelse för oss. De lade även fokus på de pågående konflikterna i mellanöstern dels på grund av det politiska spelet som de ansåg var intressant men även därför att några hade en starkare kulturell närhet genom att de hade släkt och familj som kom därifrån. På så sätt kunde de relatera lättare till den geografiska platsen som nyheten utspelade sig på.

*”kille grupp två: För mig är det ju Israel- och Palestina-konflikten som intresserar mig och Iran och USA, dels för att jag kommer från Iran.”*

Grupp tre och fyra fokuserade mer på sensationella nyheter än på politiska, som en nyhet om en seriemördare i England. Dels för att mord väcker känslor och än mer när det rör sig om en seriemördare av den här kalibern men också att man ville ta reda på varför han gjorde det. En annan



synpunkt var att den var spännande på så sätt att den handlade om jakten på en mördare att kändes lite som en film.

*”tjej grupp fyra: Det är lite cool, Det låter typ som han agerar efter filmen Jack the Ripper.”*

Om man ser till hur deltagarna i vår undersökning värderade utrikesnyheter stämmer det överens med andra nyhetsområden men med kanske lite mer fokus på politik. Fokus låg egentligen på två huvud värderingsprinciper, dels avstånd geografiskt och dels kulturellt närhet, men även andra som politik, kunskap, intresse, avvikande och spännande.

Vi lät även samtliga grupper diskutera kring nöjes- och sportsnyheter och fick en hel del intressanta svar. De flesta killarna i grupp två ansåg att sportsnyheter var intressanta men att det skall beröra de sportgrenar som de gillar. Stora evenemang, VM-matcher och sporthändelser där det händer något oväntat är underhållande och intressant. Killarna diskuterade kring Zinedines Zidanes skallning i fotbolls VM 2006. De ansåg att detta var ytterst intressant då en så känd spelare som Zidane gjorde något så oväntat och förbjudet i direkt sändning och i VM final.

*”kille grupp två: Det beror på vad det står i sporten. Inter vann med 2-1 är en nyhet, Zlatan loskade Stancovic i ansiktet, Zidanes skallning.”*

Tjejerna i grupp fyra var också otroligt intresserade av sportsnyheter. De höll med killarna i grupp två om att de sportnyheter de tar del av skall beröra de grenar de själva är intresserade av. Precis som med Fuglesangs rymdfärd förknippas sporten ofta med den nationalistiska känslan och tjejerna ansåg att det är speciellt roligt att se när Sverige vinner. Grupp ett och tre höll dock inte med utan ansåg att sport är tråkigt och inte alls underhållande. En tjej i grupp tre ansåg dock att det ibland kan vara intressant att se någon stor match ifall det är fråga om VM eller liknande men att detta krävde att man följde det från början. Hon tystnades av de andra deltagarna som menade att sport inte är så viktigt och ser ingen mening i att springa omkring med en boll och leka hjälte.

Nöjesnyheter är något som en del av ungdomarna tar del av medan somliga väljer att inte göra det. Tjejerna i grupp fyra ansåg att nyhetsinslag i både tv-nyheter och tidningar skall innehålla roliga nyheter eftersom det finns en tendens att nyheter annars blir för tragiska. De ser ett underhållningsvärde i nöjesnyheter, en stund då man får skratta och känna att då är det kul att läsa. En tjej i grupp fyra påpekade följande:

*”Ja, man vill ju inte deppa hela tiden. Då hade alla gått omkring och varit ledsna. Det måste finnas nyheter som lättar upp det lite. Man måste ha en blandning.”*

Samtliga tjejer i alla grupper nämnde att de tar del av nöjesnyheter, en del mer aktivt än andra. Kändisar från både Hollywood och Sverige nämns som intressanta, roande och bortom det vardagliga livet. Killarna däremot ställde sig mer kritiskt mot nöjesnyheter. Killarna i grupp ett säger att nöjesnyheter mest bara framstår som skvaller men när det kommer till kritan säger den ena killen att då nyheter berör hans idoler och intressen blir de intressanta och han tar del av dem. Även killarna i grupp två anser att de läser nöjesnyheter då de berör deras intresseområde, framförallt musik och filmer. En kille i grupp två bryr sig dock inte om nöjesnyheter och har inget intresse om andras privatliv. Vad som är lite intressant här är att de även om inte killarna värdera skvaller och nöjesnyheter särskilt högt håller de med om att dessa nyheter är roande.

När det kom till att värdera nyheter om ekonomi och politik så ansåg samtliga deltagare förutom tre i grupp ett att dessa var ointressanta och att det krävdes en hel del förkunskaper och intresse för att ta del av politik och ekonomi nyheter.

Vi har nu i stora drag presenterat de mest intressanta som ungdomarna i vår undersökning diskuterade kring vad en nyhet var för dem, vilka nyheter de var intresserade av och hur de värderade olika nyheter. Vi har försökt ställa deras resonemang kring nyhetssyn och nyhetsvärde mot vår teori och då framförallt mot de olika nyhetsvärderingskriterierna som vi tagit upp där. För att besvara vår frågeställning: Hur definierar och värdera ungdomar nyheter? Måste vi ställa det som sagts i fokusgrupperna mot varandra och se på likheter olikheter och knyta an det till vår teori.

Först och främst kan vi konstatera att ungdomarna i vår undersökning värderar och definierar nyheter precis som alla andra. De skiljer sig inte alls ifrån den generella uppfattning på vilket sätt man värderar nyheter. Ungdomarna i vår undersökning värderar som alla andra nyheter utifrån en rad olika nyhetsvärderingskriterier. Nästan allt som de sa om de egenskaper och faktorer som var avgörande för deras nyhetsvärdering gick att finna i vår teoridel. Att ungdomar värderar nyheter precis som all andra kanske inte var oväntat men att ungdomar skiljer sig åt i sin nyhetssyn sinsemellan är intressant. Men det kan vi bara spekulera i och inte generalisera men utifrån våra

ungdomar stämmer det. Men vad däremot kan säga är att hur ungdomarna i vår undersökning värderar nyheter skiljer sig åt mellan varandra.

Om vi mer går in på hur de faktiskt definierar och värdera nyheter så har vi redan tidigare i detta kapitel gett en rad konkreta exempel. Vi vill nu lyfta fram och jämföra det som sagts om nyhetsvärdering av våra deltagare för att lättare se skillnader och likheter sinsemellan. Ser man till likheter efter vad de diskuterade kan vi säga att en viktig egenskap om inte den viktigaste egenskapen hos en nyhet är *närheten i tid*, nyhet ska ha skett inom kort avstånd i tid. Denna aspekt sträcker sig över alla nyheter oavsett ämne eller nyhetsområde. Efter tidsaspekten hade även aspekten om det geografiska avståndet stor innebörd i hur samtliga våra deltagare värderade en nyhet. Att en nyhet som skett närmare rent geografiskt fick ett högre värde hos våra deltagare än nyheter som skett längre ifrån, såväl i mediets eget spridningsområde som i användarens närområde. Intressant med själva geografiska aspekten var att en händelse som till exempel översvämningen i Mölndal fick mycket högre nyhetsvärde än en liknande händelse på andra sidan jordgloben.

Aspekten om den kulturella närheten är som tydligast bland våra deltagare när det gäller utrikesnyheter eftersom som alla andra nyheter som handlar om Sverige eller svenskar och redan handlar om "vår" så kallade kultur. Ungdomarna i vår undersökning värderade nyheter högre desto mer man kan relatera till dels själva nyheten och dels till platsen som händelsen utspelas.

Vi såg att våra deltagare inte värderar en nyhet endast utifrån en egenskap utan utifrån flera olika. Dessa varierade i rang beroende på nyhetens karaktär och som vi nämnt tidigare vilket syfte man hade för att ta del av en nyhet. Om man utgår från Hvitfeldts "checklista" för nyhetsvärdering kan man se att våra deltagare berörde nästan alla aspekter under diskussionernas gång. Allt från att nyheter är händelser som handlar om kända personer, berör enskilda personer, väcker känslor, handlar om avvikelser, och så vidare. Listan kan göras lång men intressant är att allt som sades kunde kopplas till teorin. Vad man kan säga gällande våra deltagare är att en nyhet får ett högre nyhetsvärde desto fler kriterier en händelse uppfyller. Tydliga exempel på det är nyheterna om Fuglesang och översvämningarna i Mölndal. Dessa både uppfyllde fler nyhetsvärderingskriterier än de flesta andra som diskuterades. Om man jämför med en nyhet som till exempel en om en terroristattack i Irak vilka nästan inte uppfyllde ett enda nyhetsvärderingskriterium för många av våra deltagare. Men att Fuglesangs rymdfärd har ett högt nyhetsvärde hos våra deltagare kan man diskutera huruvida det är en viktig nyhet eller intressant nyheter.

Viktiga och intressanta nyheter leder in oss på vårt andra förtydligande angående våra deltagares nyhetssyn. Det finns även skillnader i vad ungdomarna ansåg som viktiga nyheter och vad de ansågs som intressanta nyheter eller vilka som var både och. Man kan urskilja en intressant aspekt här och det är den att de nyheter de värderade högst eller ansåg viktiga inte nödvändigtvis alltid var de nyheter de tar del av. Om vi tar nyheter om politik till exempel så ansåg många av våra deltagare att det dessa var viktiga nyheter när de resonerade kring vilka ämnen som är nyheter. Vad som är intressant är att när de sedan fick värdera konkreta nyheter om politik så fick inte politik lika stort värde och man valde bort dessa framför sensationella nyheter som mord och kändisar. Som man kanske inte värderade som viktiga nyheter i diskussionen kring vad som är en nyhet för dem. Här spelar i motiv och behov in i bilden för vilka nyheter man väljer att ta del av men angående vilka nyheter som är viktiga och vilka som är intressanta. Utan berör till stor del av som är en av nyhetsvärderings stora dilemma den om konflikten mellan vad viktigt och intressant. Vad som gör en nyhet till en nyhet kan inte definieras utifrån enbart olika nyhetsvärderingskriterier utan behov och motiv måste räknas in, såväl som inomredaktionella och utomredaktionella aspekter samt journalistens roll. För att de nyheter som våra ungdomar värderar är trots allt de som de producerar och publicerar.

För att knyta ihop det hela kan man säga att våra ungdomar värderar nyheter efter en rad olika nyhetskriterier och ju fler kriterier en nyhet uppfyller ju högre värde. Men att ett högt värde på en nyhet inte automatiskt innebär att man tar del av den.

### **6.3.1 Sammanfattning – Ungdomarnas nyhetsdefinitioner och värderingar.**

Ungdomarna vi intervjuade hade alla rätt så enhetliga sätt att värdera och definiera nyheter. En del betonade vissa områden mer än andra. Samtliga grupper menade att nyheter är något som berör många och har hänt nyligen. Vissa ansåg att även gamla nyheter och händelser kan vara nyheter så länge man presenterade ny fakta. De flesta sa att en nyhet ofta har med politik att göra men även att det handlar om nya upptäckter, mord, olyckor, dödsorsaker och naturkatastrofer. Politik som många betonade som nyheter hade inte alls samma värde när det kom till intresse. Intresse var ett flitigt och återkommande inslag i alla våra intervjuer och det fanns en tydlig koppling mellan intresseområde

och vilka nyheter våra deltagare ansåg som intressanta och viktiga. Även lokala nyheter nämndes som intressanta även här med motiveringen att det går att relatera till och påverkade en personligen. Intresse, väcka känslor, relatera, påverkan är alla egenskaper som skapar värde för en nyhet. Det diskuterades även om att det är intressant att läsa om offentliga människor som man känner till och att människor man känner till blir mer nyheter.

Grupperna nämner att nyheterna innehåller idag mycket upprepning men håller med om att nyheter om brott är intressanta även om dessa upprepas ofta eftersom det väcker känslor på grund av att det är så avvikande från människors normala beteende. Ungdomarna i vår undersökning tenderar att värdera mer sensationella nyheter som brott och olyckor men även nyheter som handlar om kända personer. De ser ett underhållningsvärde i nöjesnyheter, en stund då man får skratta och känna att då är det kul att läsa. Samtliga tjejer i alla grupper nämner att de tar del av nöjesnyheter, en del mer aktivt än andra. Killarna däremot ställer sig mer kritiskt mot nöjesnyheter och skvaller men de flesta säger ändå att när nöjesnyheter berör deras egna intressen tar de del av dem. Sportnyheter ansågs vara både intressant och tråkigt enligt våra deltagare. Värdet på dessa nyheter förstärktes då det var fråga om idrott inom det egna intresseområdet eller om det hände något avvikande i sporten. Generellt för samtliga våra grupper var att nyheter som handlar om Europa (EU i synnerhet) och USA intresserar dem mer än det som händer i Bangladesh, Rwanda, Irak och andra utvecklingsländer. Detta har igen att göra med relaterings syftet men även med den geografiska och kulturella närheten. Man kan säga att våra deltagare värderar nyheter utifrån en rad olika nyhetsvärderingskriterier och att våra deltagare även skiljer sig åt i vad man anser är en viktig nyhet och vad som är en intressant nyhet.

Utifrån våra deltagare kunde vi se att desto fler nyhetsvärderingskriterier en nyhet uppfyller desto högre nyhetsvärde får en nyhet och sannolikheten att man tar del av den men det är ingen garanti.

## 7. Slutdiskussion

I vår undersökning har vi fått fram många intressanta resultat en del mer väntade än andra. Vårt syfte för studien var att undersöka ungdomars nyhetssyn för att öka förståelsen inom detta ämne. Vi var ute efter att undersöka hur ungdomarnas ser och värderar nyheter. I fall deras nyhetssyn och engagemang skiljer sig åt från äldre åldersgrupper. Vår grundläggande tanke med gruppintervjuerna var att låta eleverna svara precis så som de ville och inte lägga in slutna frågor eller lägga ord i munnen på dem.

Nu efter att vi genomfört vår undersökning och analysen har gjorts kan vi faktiskt se några intressanta men kanske inte banbrytande resultat. Det tydligaste resultatet är att ungdomarna i vår undersökning har tämligen likartat sätt att värdera nyheter som vuxna. Det finns dock skillnader i ungdomars nyhetssyn i jämförelse med vuxna, speciellt det som berör frågan om plikt. Ungdomar tar dagligen del av nyheter, främst genom morgonpress och TV-nyheter, men även alltmer genom Internet. De vill känna sig uppdaterade om sin omvärld men har även andra motiv för sin nyhetsanvändning, som till exempel att fördriva tiden, känna sig säkra i samhället och så vidare. Vi kan inte heller se att några nyhetsvärderingskriterier väger över andra utan de flesta förkommer, olika mycket och i olika ordning. Men kan se att nyheter som uppfyller flera av kriterier har ett högre nyhetsvärde bland ungdomarna i vår undersökning. Men även att nyhetsvärdering är starkt kopplat till andra aspekter som användarens intresse och de behov och motiv de har för att ta del av nyheter. Gällande nyheter som är intressanta och nyheter som är viktiga finns det de som är enbart

intressant och de som är enbart viktiga men det finns även de som är både och. Vad som avgör det är dels upp till användaren själv värderar nyheten men även journalisten, inom och utomredaktionella aspekter på så sätt att de som producerar de nyheter som användaren tar del av. Men i slutändan är det ändå upp till användaren att ta del av nyheten.

Som vi kan se värderar ungdomar nyheter precis som vuxna. Skillandern mellan ungdomars och de vuxnas nyhetssyn ligger vid hur mycket nyhetsdeltagandet anses vara en plikt. Vuxna känner att de måste ta del av nyheter för att vara goda medborgare och vara à jour med det som sker i samhället och världen. De ungdomar som vi intervjuade hade en annan inställning till denna fråga. De ansåg inte att det var en plikt att ta del av nyheter. De menade att deras deltagande i nyheter var mer något som man bara gör för att de själva vill känna sig uppdaterade och inte för att samhället skulle lägga den pressen på dem. Detta avviker från den allmänna uppfattningen vuxna har av ungdomar.

En annan intressant tanke kring resonemanget plikt är att dagens nyhetsutbud inte längre är låst till plats och tid. Förr var man ju själv tvungen att ta till sig nyheter genom att man satte sig vid TV:n klockan halv åtta för att kolla på rapport eller man köpte en kvällstidning på vägen hem från jobbet eller slå på radion vid en viss tid. Nu kommer nyheterna till oss istället genom kolportörer som ger oss en gratistidning direkt i handen, sportresultat automatiskt till mobilen via sms eller nyhetssändningar direkt i mobilen eller bärbara datorn via 3G. Den plikt-känsla äldre människor känner i att ta del av nyheter kan grundas i just att man faktiskt var tvungen att själv ta initiativet för nyhetsanvändningen. Att nyheter inte serverades till oss som det gör idag. Även om vi alla idag lever i samma nyhetssamhälle med lika möjligheter att ta del och få del av nyheter så har vi inte växt upp i denna nyhetsmiljö. För ungdomarna i vår undersökning är nyheter är ett lika vanligt inslag i deras vardag som att borsta tänderna. Därför kanske plikt-känslan inte längre är något som är påtagligt för dem. Som våra deltagare sa ”det går inte att undvika nyheter, det finns överallt”. Det här är ett område som hade varit intressant att undersöka djupare och förstå mer om.

## 8. Sammanfattning

Denna uppsats behandlar ungdomars engagemang och inställning till nyheter. Vi fokuserar oss på att se hur ungdomar i gymnasieålder värderar en nyhet, det vill säga vilka nyheter de anser vara intressant, spännande, underhållande och viktiga. Genom fokusgruppsintervjuer har vi fått ta del av 17 gymnasieelevers åsikter och inställningar kring nyheter. Vår teoretiska utgångspunkt kommer främst från nyhetsvärdering, från ett publik perspektiv men även från teorier om medieanvändning, som till exempel behov och motiv för användningen.

*Syftet med vår uppsats är att undersöka ungdomars nyhetssyn.*

Våra tre frågeställningar behandlar användning och hur engagerade ungdomar är av nyheter, behov och motiv till användningen och slutligen hur ungdomarna definierar och värderar en nyhet.

Vårt resultat har framstått som någonting intressant och förvånande speciellt för dem som förväntade sig att ungdomar inte bryr sig om nyheter. Genom att analysera det empiriska materialet vi fått genom våra gruppintervjuer har vi fått följande resultat.

Ungdomarna tar dagligen del av nyheter, främst genom TV-nyheter, dagspress eller Internet. Samtliga grupper diskuterar om gratistidningarna och att de gärna tar del av dem. Största delen deltar i nyhetsutbudet först och främst för att de vill känna sig uppdaterade om det som sker i deras omvärld. Ungdomarna har även andra motiv för att ta del av nyheter och de mest förekommande



var nämligen för att skapa samtalsämnen med vänner och familj, minska den personliga osäkerheten, bli underhållen och fördriva tiden.

Gällande nyhetsvärderingen värderar och definierar våra deltagare nyheter efter den generella uppfattningen om nyhetsvärdering. Att de nyhetsvärderingskriterier som idag finns stämmer även på dem. Nyheter skall ha skett nära i tid och rum och påverka många. De flesta sade att en nyhet ofta har med politik att göra men även att det handlar om nya upptäckter, mord, olyckor, dödsorsaker och naturkatastrofer. Ungdomarna tenderar dock att vara mer intresserade av lätta och roande nyheter än det som de egentligen anser vara allmänt viktiga. Det som skiljer ungdomarna åt från vuxna och åldringar är att de inte känner samma plikt känsla i att ta del av nyheter. De ser på nyheter för att känna sig uppdaterade om sin omvärld men gör det för att de själva känner att de vill det.

## Referenslista

Bergström, Annika (2005) – *Nyhetsvanor.nu*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Djerf-Pierre Monika, Weibull Lennart (2001) – *Spegla, granska tolka: Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.

Eide, Martin (1992) – *Nyhetens intresse*. Oslo: Universitetsförlaget.

Erling, Ann & Hwang Philip red. (2001) – *Ungdomspsykologi*. Stockholm: Natur och kultur

Esaiasson Peter (2003) – *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Nordstedts juridik.

Fichtelius Erik (1997) - *Nyhetsjournalistikens 10 gyllene regler*. Stockholm: Utbildningsradion

Falkheimer Jesper (2001)– *Medier och kommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur

Fornäs Joan, Lindberg Ulf, Over Sernede (1991) – *Ungdomskultur*. Stockholm; Stehag B Östlings bokförlag.

Granskningsnämndens rapportserie (2004) – Rapport nr. 17 – *Svenskt TV-utbud*

Hvitfelt, Håkan (1985) – *På första sidan*. Stockholm: Nordstedt.

Jansson Andre (2002) – *Mediekultur och samhälle*. Studentlitteratur, Lund.

Jönsson, Anna Maria (2004) – *Samma nyheter eller likadana?* Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Univ.

Kvale, Steinar (1997) – *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur, Lund.

McQuail, Denis (2005) – *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE

*Mediebarometern 2005* – Göteborgs Universitet: Nordicom (2005), Göteborg.

MedieSverige 2004 – *Statistik och analys*. Göteborg: NORDICOM-Sverige

Shoemaker, Pamela J. & Cohen, Akiba A. (2006) – *News around the world*. New York: Routledge

Strömbäck, Jesper (2000) – *Makt och Medier*. Studentlitteratur, Lund.

Thomas Öhlund & Göran Bolin (1994) - *Ungdomsforskning – Kritik, reflektioner och framtida möjligheter*. Stockholm: Ungdomskultur vid Stockholms universitet.

Weibull, Lennart & Hadenius, Stig (2003) *Massmedier, En bok om press, radio och TV. (8:e upplagan)* Albert Bonniers Förlag, Falun.

Wibeck, Victoria (2000) – *Fokusgrupper, Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Östbye Helge (2004) – *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber ekonomi

### **Internetkällor**

[www.tv3.se/index.php?option=com\\_wrapper&Itemid=1017](http://www.tv3.se/index.php?option=com_wrapper&Itemid=1017)

<http://www.tv4.se/tvtabla/>

<http://www.sr.se/program/>

## **Bilagor**

### *Intervjuplan*

#### **Introduktion – Syfte och presentation**

Öppningsfråga – Tog ni del av nyheter igår? Vad såg ni?

#### **Nyhetskonsumtion och engagemang**

- Tar ni del av nyheter?
- Vart vänder ni er efter nyheter?
- Hur ofta tar ni del av nyheter?
- Hur kollar ni på nyheter?

#### Övergång

Vilka händelser/ämnen/skeenden i er omvärld tycker ni är viktiga/intressanta?

#### **Nyhetsvärdering**

- Vad är en nyhet?
- Vilka ämnen anser ni vara nyheter? (exempel)
- Vad gör en nyhet för er? Vilka egenskaper tycker ni en nyhet skall ha?
- Vilka nyheter är viktiga/oviktiga för er?
  - Intressanta/spännande
  - roliga/tråkiga
  - fler exempel
- Är vissa nyheter mer nyheter än andra, varför?
  - Skillnader på en lokal-/riks-/Europa och USA-/omvärlds-nyhet. Vilka är viktigast för er?  
Varför?
  - Skillnader på ämnen

#### Konkreta fall

Vi har använt oss av ett antal artiklar med olika nyheter och nyhetsämnen från en dags/kvällstidning. De konkreta exemplen integreras i frågorna om nyhetsvärdering. Vi visar varje artikel i sig och beskriver den kort för våra fokusgrupper. Sedan får gruppen svara och diskutera nyhetsvärdet kring dessa artiklar.