

JMG

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
www.jmg.gu.se
2011-01-11

Deltagande i demokratin

En beskrivande studie om ungdomars
politiska deltagande genom
kommunikationen av hjärtefrågor



Författare: Sandra Hansson och Lisa Snäll
Handledare: Jan Strid
Kursansvarig: Ingela Wadbring



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för journalistik och masskommunikation
Medie- och kommunikationsvetenskap

Abstract

Titel: Deltagande i demokratin – En beskrivande studie om ungdomars politiska deltagande genom kommunikationen av sina hjärtefrågor.

Författare: Sandra Hansson och Lisa Snäll

Uppdragsgivare: ADA

Kontaktperson: Matilda Lindvall

Kurs: Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap

Termin: Hötterminen 2010

Handledare: Jan Strid

Sidantal: 37 sidor + bilagor

Syfte: Att beskriva ungdomars politiska deltagande genom hur de kommunicerar sina hjärtefrågor.

Metod: Kvalitativa intervjuer, Kvalitativ textanalys

Material: Transkriberade samtalsintervjuer, Väst-SOM 2008

Huvudresultat: Med det demokratiideal som formulerats i Demokratiutredningen år 2000 menar man att det är den deltagande demokratin som bör eftersträvas. Denna syn på demokrati har som riktlinjer att fostra en aktiv medborgarkår och ser deltagande som en plikt snarare än en rättighet. I resultatet från våra samtalsintervjuer, ser vi att hjärtefrågorna finns där och att de flesta har en stor samhällsrelevans. Det generella bland respondenterna är att de inte kommunicerar sin hjärtefråga i någon större utsträckning. De deltar inte själva aktivt i samhällsdiskussioner men läser gärna och hämtar information kring ämnen som faller i eget intresse. Det politiska intresset finns bland respondenterna, dock är det ingen som är politiskt aktiv eller på annat sätt försöker påverka samhället. Huvudresultatet är att de inte upplevs som aktiva medborgare, i den benämning som demokratiutredningen beskriver.

Executive Summary

Genom det ökade medieutbudet och den differentierade medieanvändningen hos ungdomar är det en svårare uppgift att hitta det som denna grupp tycker är viktiga frågor i samhället och vad de anser borde komma upp på den politiska dagordningen. Svårigheterna ligger i det passiva deltagandet hos ungdomar och att de inte uttrycker vad de anser vara viktiga hjärtefrågor.

Studien baseras på kvalitativa samtalsintervjuer med gymnasieungdomar i Göteborg. Med det demokratiideal som formulerats i Demokratiutredningen år 2000 menar man att det är den deltagande demokratin som bör eftersträvas. Denna syn på demokrati har som riktlinjer att fostra en aktiv medborgarkår och ser deltagande som en plikt snarare än en rättighet. I resultaten från våra samtalsintervjuer, ser vi att hjärtefrågorna finns där och att de flesta har en stor samhällsrelevans. Det generella bland respondenterna är att de inte kommunicerar sin hjärtefråga i någon större utsträckning. De deltar inte själva aktivt i samhällsdiskussioner men läser gärna och hämtar information kring ämnen som faller i eget intresse. Det politiska intresset finns bland respondenterna, dock är det ingen som är politiskt aktiv eller på annat sätt försöker påverka samhället. Huvudresultatet är att de inte upplevs som aktiva medborgare, i den benämning som demokratiutredningen beskriver.

Vi tar fram ungdomars hjärtefrågor på uppdrag av ADA. I studien beskriver vi hur kommunikationen av dessa frågor ser ut. Vidare beskriver vi deras politiska intresse och hur deras faktiska politiska delaktighet ser ut. Av resultaten gör vi kopplingen till ungdomarnas deltagande i demokratin. Som teoretisk ram använder vi oss av teorier som grundas i medieanvändning, politisk kommunikation och delaktighet samt två demokratimodeller.

Denna studie är intressant att ta del av, framförallt för personer i den politiska sfären men också andra som är intresserade av att se hur det kan se ut bland ungdomar i Göteborg, inte bara när det kommer till vad det är för hjärtefrågor de har utan även när det gäller deras politiska delaktighet och kommunikation.

Innehållsförteckning:

1. Begreppsdefinition	5
2. Inledning	6
3. Bakgrund och problematisering	7
3.1 Mediekonsumtionens förändringar	7
3.2 Politiskt deltagande och kommunikation	7
3.3 Problemformulering	8
4. Syfte och frågeställningar	10
4.1 Relevans.....	10
5. Referensram	11
5.1 Medieanvändning.....	11
5.2 Medborgarens roll i politisk kommunikation	12
5.3 Demokrati	13
5.3.1 Jämlikt deltagande	14
5.3.2 Möjlighet till deltagande	14
6. Metod	16
6.1 Urval	16
6.1.1 Val av respondenter	16
6.2 Val av metod.....	16
6.2.1 Olika metoder ger olika svar	17
6.2.2 Inför intervjun	17
6.2.3 Intervjuguide	18
6.2.4 Intervjusituationen	18
6.3 Analys av material	19
6.3.1 Analys av intervjuer.....	19
6.3.2 Analys av tidigare undersökningar	20
6.4 Validitet och reliabilitet	20

7.Resultat och analys	22
7.1 Vilka är ungdomarnas hjärtefrågor och vilka lösningar ser de på viktiga problem?	22
7.1.1 Mänskliga och sociala problem I samhället.....	22
7.1.2 Skola och fritid.....	23
7.1.3 Miljö och hälsa	24
7.1.4 Västtrafik	25
7.1.5 Arbetslöshet	25
7.1.6 Brottslighet bland unga	26
7.1.7 Göteborg som stad	26
7.2 Hur kommunicerar ungdomarna och varför?	27
7.2.1 Medieanvändning.....	27
7.2.2 Olika behov leder till olika medievanor.....	29
7.3 Hur ser den politiska kommunikationen och deltagandet ut bland ungdomarna?	30
7.4 Deltagande demokrati, ett ideal, men hur ser det faktiskt ut?	31
8. Slutdiskussion	33
8.1 Det politiska deltagandet	33
8.2 Vidare forskning.....	34
9. Referenslista	36
9.1 Litteratur.....	36
9.2 Internet.....	36
9.3 Övrigt	36
Bilaga 1 - Intervjuguide	38
Bilaga 2 - Hjärtefrågor	40

1. Begreppsdefinition

Hjärtefråga

Om man googlar begreppet ”hjärtefråga”, dyker genast en rad olika förslag till sidor upp, de flesta med någon slags politiskt anknytning. Det är väl så de flesta av oss tolkar ordet. Vanligtvis associerar man det t ex som *ett partis hjärtefråga*, eller en *politikens brinnande hjärtefråga*. Vi vill inte suddas ut denna tolkning helt och hållet utan istället bygga på den. På samma sätt som att ett politiskt parti har en hjärtefråga så har vi individer hjärtefrågor, i mer eller mindre utsträckning. Vi lever olika liv, möts av olika hinder, har olika värderingar och så vidare. Därmed ser vi olika problem, har olika åsikter och har våra egna hjärtefrågor. Det är med denna förklaring, till vad vi menar med hjärtefråga, som vi definierar begreppet. Det är med och efter denna definition vi har arbetat.

2. Inledning

I denna inledande del beskriver vi uppdragsgivarna, vad uppsatsen grundas på och vad som kommer att beskrivas.

ADA är en mötesplats för de kreativa näringarna i Göteborgsregionen. Mötesplatsen ska möjliggöra tillväxt och lönsamhet inom de kreativa näringarna i Göteborg och Västsverige där man fokuserar på design och marknadskommunikation.

ADA ser kreatörerna som problemlösare. Som nyskapande tänkare kan de hitta lösningar på ett kreativt och effektivt sätt då de tänker utanför normen. Uppdraget från ADA innebär att hitta vilka hjärtefrågor medborgarna i Västra Götaland har, och hur de kommunicerar dessa. Med grund i att hitta hjärtefrågor fördjupar vi oss i denna studie för att se hur dessa kommuniceras, hur det påverkar politiskt deltagande och hur detta i sin tur påverkar medborgarnas demokratiska roll. Vi väljer att undersöka gymnasieungdomar i Göteborg, mellan 15-19 år, och beskriver hur ungdomar uppträder i ett demokratiskt sammanhang.

Uppbyggnaden av studien kan liknas vid en trappa där hjärtefrågorna ligger på första steget. I detta stadie ser vi ifall ungdomarna har några hjärtefrågor och i så fall vilka de är. På andra trappsteget följer den politiska kommunikationen. Här tar vi reda på ifall de pratar om sina hjärtefrågor eller uttrycker andra viktiga åsikter samt hur deras informationsinhämtning av hjärtefrågorna eller annan viktig samhällsinformation ser ut. Sedan följer vi på det tredje trappsteget vidare med hur det politiska deltagandet faktiskt ser ut i ungdomsgruppen. Längst upp på trappan, alltså det fjärde trappsteget, kan vi genom tidigare trappsteg komma underfund med hur dessa ungdomar deltar i demokratin.

3. Bakgrund och problematisering

3.1 Mediekonsumtionens förändringar

Att medielandskapet och konsumtionen av media har förändrats drastiskt de senaste åren har knappast undgått någon. Idag använder sig allt färre ungdomar av tv och radio för att hämta sin information och allt fler väljer att söka sin information på egen hand. År 2009 ägnar sig allt fler ungdomar i åldern 15-19 år åt internet än tv-tittande.¹ De budskap som förs fram kan väljas bort och uppmärksamheten kan riktas åt annat. Vi kan anta att den enskilde personen inte bestämmer helt själv, emellertid kan man i dagsläget välja själv hur, var och när man vill ta del av dagordningen. Detta lär sannolikt inte förändras utan utökas i den mån internet och den differentierade medieanvändningen fortsätter att utvecklas.

Information genom masskommunikation, där organisationers budskap trycks ut till den stora massan, har idag bytts ut till mer kanalpassade meddelanden, där budskapet formas efter vilken typ av media man använder och till den individ eller målgrupp som ska läsa budskapet.

En av orsakerna till att dessa fenomen uppstått är självfallet internets utveckling under 2000-talet där konkurrensen om mediekonsumenternas uppmärksamhet har ökat kraftigt och mer makt har getts till den enskilde individen. Denna individualiserade samhällsutveckling kan påverka vår målgrupp i hur de väljer att kommunicera viktiga frågor och hur de deltar i politiska sammanhang.²

3.2 Politiskt deltagande och kommunikation

I en demokrati har medborgarna ett gemensamt ansvar för samhället de lever i. Det är därför viktigt att alla människor engagerar sig i samhällsutvecklingen. Genom att delta och påverka skapar vi vår gemensamma framtid.³

Den mest grundläggande möjligheten att påverka är att utnyttja rätten att rösta. För att påverka och vara delaktig i samhällsutvecklingen kan man också gå med i ett parti eller en intresseorganisation. Alla medborgare har rätten att uttrycka sina åsikter genom att exempelvis demonstrera, underteckna upprop, arrangera möten, debattera och skriva insändare. Möjligheten att påverka demokratin genom exempelvis elevrådsarbete och elevinflytande i skolan samt fackligt arbete och medbestämmande på arbetsplatsen gör att demokratin inte bara finns på den politiska arenan, den genomsyrar hela samhället.⁴

¹ <http://www.gu.se/omuniversitetet/aktuellt/nyheter/nyheterdetalj//mediebarometern--medierna-allt-starkare-pa-natet.cid939521>

² Johansson (2007:22)

³ <http://www.sweden.gov.se/sb/d/504/a/13456>

⁴ <http://www.sweden.gov.se/sb/d/504/a/13456>

År 2000 formulerade den parlamentariska Demokratiutredningen ett demokratiideal för Sverige.⁵ Där konstateras att målet för demokratiarbetet är att verka för en deltagande demokrati. En deltagande demokrati har som riktlinjer att fostra en aktiv medborgarkår och ser deltagande som en plikt snarare än en rättighet. Demokratiidealet pekar också på vissa deliberativa kvaliteter där ”*demokratin ger ett ramverk för fri diskussion mellan jämlingar. Politik kopplas till diskussion. Demokratin är därför i behov av offentliga arenor där opinioner kan bildas, debatteras och ifrågasättas*”⁶ De deliberativa kvaliteterna kommer dock inte diskuteras här utan det är den deltagande demokratin som kommer beskrivas.

Grundförutsättningarna för politiskt deltagande har ändrats i stor utsträckning, mångt och mycket på grund av möjligheterna att kommunicera på internet. Vi kan anta att sättet man kommunicerar viktiga frågor idag är mycket olikt sättet man kommunicerade dem för bara några år sedan. Ungdomars minskade deltagande i det formella politiska systemet behöver inte tyda på ett minskat engagemang, däremot kan det tyda på att de väljer andra vägar för att engagera sig politiskt.⁷

Hur ungdomar kommunicerar politiskt idag skiljer sig sannolikt från hur de kommunicerades för bara några år sedan. Möjligheten att få ut sitt egna budskap har aldrig varit större än idag. När individen själv vill uttrycka en åsikt eller förändra något, finns det många sätt att göra detta på egen hand. Det är dock inte sagt att alla tar del av budskapet, men det är möjligheten att offentliggöra sitt budskap som utökats. Därmed minskar behovet alltmer av att gå med i en organisation eller förening för att kunna påverka. Politiska partiers ungdomsförbund är numer inte det enda sättet för ungdomar att vara aktiva i politiska debatter. En distinkt effekt är att dagens partier har svårare att rekrytera unga medlemmar.⁸

3.3 Problemformulering

Demokrati fordrar medborgarnas deltagande och deltagande kräver kommunikation för att allmängöra budskap och hämta information. Internet är ett av de medier som utgör en av de viktigaste informationskällorna till nyheter kring samhälle och politik idag och har stor betydelse för den politiska kommunikationen.⁹ Olika medborgargrupper skiljer sig olika åt när det kommer till kommunikation och politik. Deltagandet i politiken kräver kommunikation, vare sig det gäller inhämtning av information om samhället vi lever i eller det budskap man vill sända ut till en bredare publik än sin nära omgivning. Om grupperna skiljer sig åt när det gäller kommunikationen och politiken, skiljer de sig förmodligen även åt när det gäller deltagandet. Gruppen ungdomar är några som anses ha ett minskat politiskt deltagande. Kanske beror det antagandet på att de inte deltar på samma plattformar som politiker? Det breda medieutbudet gör att det finns ofantligt många vägar att kommunicera. Det är därför viktigt att reda ut och beskriva var

⁵ SOU 2000:1 (2000:22)

⁶ SOU 2000:1 (2000:23)

⁷ Johansson (2007:10)

⁸ Johansson (2007:22)

⁹ Strömbäck (2009:78)

ungdomar uttrycker sina åsikter. I och med detta, tar ungdomarna del av den politiska dagordningen och samhällsdebatten? Hur uttrycker unga sina åsikter idag och vilka är deras hjärtefrågor? Hur ser då möjligheten ut för ungdomar att delta politiskt? Är det i enlighet med demokratiidealet? Det är utifrån dessa frågor vi utarbetar syftet med vår studie.

Vi väljer att studera gymnasieungdomar mellan 15 och 19 år som är en av de grupperna som i mångt och mycket växt upp i en föränderlig medievärld.

4. Syfte och frågeställningar

Att beskriva ungdomars politiska deltagande genom hur de kommunicerar sina hjärtefrågor.

Vilka är ungdomarnas hjärtefrågor?

Med denna fråga vill ta reda på vad som är viktiga frågor/problem för unga idag samt vad de själva ser för lösningar. Vi vill dessutom ta reda på vilka kommunikationskanaler unga använder sig av idag för att uttrycka sina åsikter samt var de hämtar information?

Hur deltar de politiskt?

Med denna fråga vill vi beskriva hur det faktiska deltagandet ser ut och hur deltagandet överensstämmer med demokratiidealet.

4.1 Relevans

Den samhälleliga relevansen ligger i hjärtefrågorna och mer specifikt just de ungas hjärtefrågor. Hur vet man vad de tycker och tänker om vi inte kartlägger hur de kommunicerar det som de tycker är viktigt? Samhället förändras i takt med bland annat generationsskiften och vill vi ha ett samhälle som strävar efter förbättring samt försöker hitta lösningar är det essentiellt att lyssna till vad de unga i samhället har på hjärtat.

Det har skett stora förändringar i hur ungdomar deltar och kommunicerar politiskt idag. Den nya situationen för politisk kommunikation skapar frågor kring huruvida det demokratiska klimatet har förändrats. Det är här den vetenskapliga relevansen ligger. Hur lätt är det att som ung göra sin röst hörd och kunna påverka sin livssituation? Förtroendet för det politiska systemet och känslan av att kunna påverka är grundläggande värdemätare av det allmänna tillståndet i ett demokratiskt system.¹⁰ Trender mot ett mer individualiserat samhälle som exempelvis satsningen på högre utbildning för alla gör att även det politiska deltagandet förändras från kollektiva aktiviteter som exempelvis politiska aktiviteter till andra mer individcentrerade sätt att delta.¹¹ Vi tror även att den nya medieanvändningen spelar stor roll här och att den utgör en stor faktor till hur den nya politiska kommunikationen ser ut idag.

Arvet från den klassiska demokratin: öppen diskussion och dialog om offentliga angelägenheter, blir alltmer betydelsefull idag med de kommunikationsmöjligheter som utvecklats.

¹⁰ Craig et al. (1990:289)

¹¹ Johansson (2007:22)

5. Referensram

Politisk kommunikation och deltagande är en del av den demokrati vi lever i. Vi beskriver i referensramen teorier kring *Uses and gratifications*, politisk kommunikation och deltagande i stort samt två samtida demokratimodeller. Teorierna kommer att appliceras på våra empiriska resultat. Dessa teorier hjälper oss att göra kopplingar mellan ungdomarnas medievanor, hur de deltar i politiken och om deltagandet visar karaktärsdrag som kan sammankopplas med demokratimodellerna. Vi har alltså inga ambitioner att utröna vilken typ av demokrati vi lever i idag utan använder modellerna för att förklara olika tendenser i det politiska deltagandet.

5.1 Medieanvändning

Oavsett demokratimodell kräver deltagandet i en demokrati förståelse för det politiska och samhällseliga systemet. Denna förståelse uppkommer bland annat ur informationen man själv söker eller tar emot från olika medier. Ungdomars medievanor spelar därför stor roll då deras kunskap om politik och samhälle är grundläggande för deras deltagande. Den politiska kommunikationen kan te sig på många olika sätt, men det är den genom medier som är av störst betydelse.¹²

För att kunna dels beskriva ungdomarnas medievanor, dels förstå hur och varför ungdomarna använder sig av olika medier beskriver vi här teorin *Uses and gratifications* enligt Jesper Strömbäcks bok *Makt, medier och samhälle*. Denna teori ger oss fokus på mottagaren genom att ställa frågan vad människor gör med media, istället för den tidigare forskningens frågor om vad media gör med människor.

Uses and gratifications kallas ofta användningsteori och handlar om faktorer som styr människors medieanvändning. Detta perspektiv fokuserar på mottagaren och den tolkning mottagaren gör av det budskap som medier organisationer skickar ut. Kommunikation enligt detta perspektiv handlar om att skapa mening, att budskap alltid måste tolkas och att kommunikation alltid måste förstås med hänsyn till vad människor gör med de budskap de nås av.¹³ Det ligger ett behov bakom ungdomarnas val av medier. Grundtanken i *Uses and gratifications* är att människor är aktiva som mediekonsumenter och använder sig av media för att försöka tillfredställa olika behov – kognitiva behov, förströelsebehov och identitetsbehov. Dessa behov inverkar på hur mediekonsumenten orienterar sig i förhållande till medier och hur de förstår och tolkar de budskap de möts av.

- *De kognitiva behoven* karaktäriseras av hur människor inhämtar, bearbetar och använder sig av information av olika slag. Det handlar alltså om behoven av att informera sig om, orientera sig i och förstå omgivningen runt omkring oss.

¹² Strömbäck (2009:76)

¹³ Strömbäck (2009:24)

- *Förströelsebehoven* handlar om att söka underhållning och avkoppling. Det är ett sätt att koppla bort vardagen och ibland omgivningen. Här kan många av de olika klipp man t ex ser på *Youtube* vara bra exempel på hur man letar belöning på ett underhållande och intellektuellt plan.
- *Identitetsbehoven* handlar om att jämföra sig och relatera till sin sociala omgivning. Den närmaste sociala omgivningen är ofta viktig för hur man anser sig vara där kollektiva fenomen, såsom trender eller sociala nätverk, bidrar till att forma våra självbilder.

Medieutbudet är större än någonsin och fortsätter att växa. Ju större utbudet är desto viktigare blir det att veta vilka behov och motiv mediekonsumenten har. Då valfriheten i medielandskapet ökat kan man välja bort sådant som man inte är intresserad av, den som inte är intresserad av samhällsinformation och nyheter kan lätt välja bort dessa mediegener. Det som tidigare präglade kommunikationen till den stora massan och dess information kan bytas bort mot en mer individanpassad information. Problemet med ett så stort medieutbud kan innebära att det krävs en väldigt stark motivationsfaktor till varför man ska ägna tid åt den ansträngningen och att detta lämnar många ”tråkiga” men kanske väldigt viktiga mediegener i skymundan.¹⁴

5.2 Medborgarens roll i politisk kommunikation

Då utgångspunkten för denna uppsats är att beskriva mottagaren och dess medievanor samt hur de hämtar information väljer vi att beskriva ungdomarna som medborgaren och dess roll i den politiska kommunikationen.

För att ur ett demokratiskt perspektiv kunna fungera som medborgare krävs information om politik och samhälle. Särskilt viktig är också den medieanvändning som är relaterad till människors möjligheter och förmåga att fungera i rollen som medborgare. Ofta är uppfattningen för politik och samhälle något som måste förstås utifrån ett vidare perspektiv, där det vidare perspektivet ges av medier av olika slag.¹⁵ Deltagande i en demokrati förutsätter alltså kommunikation och att medborgaren kan få information och kunskap om samhället. Medborgarnas intressen, beteenden och förhållningssätt till politik och medier påverkar på ett grundläggande plan både politiska aktörer och medieaktörer. Medborgarna utgör den viktigaste källan till offentlig makt och är en av de tre viktigaste aktörgrupperna där också medierna och de politiska makthavarna har stora roller. Politisk kommunikation handlar om samspelet mellan dessa tre aktörer inom ramen för och mellan politiska institutioner och medieinstitutioner.¹⁶

Valdeltagandet i Sverige anses internationellt sett vara högt, vilket ur ett demokratiskt perspektiv är önskvärt. Valdeltagandet är dock inte det enda politiska deltagandet. Demonstrationer, namninsamlingar och insändare är exempel på politiskt deltagande på

¹⁴ Strömbäck (2009:74)

¹⁵ Strömbäck (2009:75)

¹⁶ Strömbäck (2009:30)

en mer lokal nivå. I dessa avseenden framstår svenskarna som passiva deltagare. Man kan även se tendenser i att banden mellan medborgarna och de politiska partierna har försvagats. Detta bör dock inte tolkas som att det finns ett minskat politiskt intresse.¹⁷

Ungdomar deltar politiskt genom former av deltagande som går utanför det politiska systemet.¹⁸ Ungdomars behov av att gå med i en organisation eller förening för att kunna påverka har minskat och deras politiska deltagande har ändrat karaktär. Politiska partiers ungdomsförbund är numera inte det enda sättet för ungdomar att vara aktiva i politiska debatter. En distinkt effekt är att dagens partier har svårare att rekrytera unga medlemmar.¹⁹

5.3 Demokrati

Ordet demokrati betyder folkstyre, vilket innebär att all makt utgår från folket. Grundläggande värdeomått för det allmänna tillståndet i ett demokratiskt system är att individer i samhället ska kunna påverka och känna förtroende för det politiska systemet.²⁰ Politiskt deltagande bör vara jämnt fördelat mellan olika grupper i samhället och alla bör ha samma möjligheter att påverka och få inflytande över den politiska beslutsprocessen.

Demokrati är i mångt och mycket ett komplext begrepp. Beroende på vilken av de flertaliga modeller som finns, beskrivs demokrati annorlunda. Samhällsutveckling och differentierade människosyner påverkar de rådande demokratiteorierna men samtliga utgår från den klassiska demokratin från antikens Grekland. Även om teorierna uppkommit ur den klassiska demokratin är de flesta överens om att denna typ av demokrati inte kan implementeras i dagens samhälle. Det direkta deltagande som förespråkas i den klassiska demokratin kräver ett mindre samhälle och idag skulle den endast fungera i mindre, platta organisationer.

Två samtida synsätt på demokrati, konkurrensdemokrati och deltagande demokrati, diskuterar hur det politiska systemet i grunden ska vara organiserat och har olika uppfattningar om hur ett jämlikt deltagande kan förverkligas. Dessa två teorier är de som på senare år är mest omtalade, deltagande demokrati är dessutom demokratiidealet.

Teorimodellernasom beskrivs nedan har dock samma utgångspunkt, att all offentlig makt utgår från folket men skiljer sig där deltagande demokratin ser ett aktivt engagemang mer som en plikt än en rättighet. Den konkurrerande demokratin menar att deltagandet är något som bör vara en begränsad rättighet. Nedan beskriver vi i stora drag hur de två teorierna ser på individens politiska deltagande i samhället.

¹⁷ Strömbäck (2009:75)

¹⁸ Johansson (2007:87)

¹⁹ Johansson (2007:22)

²⁰ Craig et al. (1990:289)

5.3.1 Jämlikt deltagande

Enligt förespråkarna för den deltagande demokratin med inspiration från de antika grekernas demokrati menar dessa att alla medborgare kan och bör delta i den politiska beslutsprocessen.

Demokratin ses som ett mål i sig där vikten av medborgarnas jämlika deltagande och inflytande lyfts fram och det är denna demokratiska process som berättigar politiska beslut. Man förespråkar här en aktiv medborgarkår – medborgarna bör vara aktiva i sitt politiska deltagande. Man menar alltså att individer endast kan uppleva verklig frihet och utveckling om de är direkt delaktiga i samhällets och statens styrning.

En aktiv medborgarkår krävs då beskyddandet av individernas intressen inte är tillräckligt genom ansvarsutkrävande och politiska instrument. Genom röstning och engagemang i det sociala och offentliga livet skapar man ett samhällsintresse och minskar avståndet till makten och ökar känslan av politiskt inflytande.²¹

Ett aktivt deltagande innebär möjlighet till inflytande över den politiska beslutsprocessen och värdefulla kunskaper och erfarenheter av politiskt beslutsfattande rent generellt.

Ett omfattande deltagande antas ge fördelar för både individen och det politiska systemet då kunniga och erfarna medborgare tenderar att vara mer aktiva och engagerade i kollektivet. Individerna antas då fostras till att på en lokal nivå, nära individen, vilja engagera sig och påverka sin närliggande omgivning och därigenom få en ökad kunskap kring politiska beslut och inflytande. Denna fostrande funktion kan antas vara av särskild betydelse för ungdomar då de är en relativt sett oerfaren grupp inom politiken.

Medborgerlig dygd, ett privatliv underordnat samhällets bästa, ärvs från den klassiska demokratin där rättvisa baseras på en jämlikhetstanke om lika rättigheter efter antal, inte värde. Alltså, en medborgare en röst.²²

5.3.2 Möjlighet till deltagande

Varje individ bär själv ansvaret för att bedöma och besluta vilka värden som ska försvaras. Detta är med Webers egna ord, "ödet för den epok som ätit av kunskapens träd."²³

Enligt konkurrensdemokratin är det varje individs ansvar att välja det parti eller den person de anser vara bäst lämpad att föra dennes åsikter. Med demokrati menar konkurrensdemokrater en metod för att möjliggöra politiska beslut där vissa personer ges makt att fatta beslut i alla slags frågor som en följd av sin framgångsrika jakt på folkets röster. Demokrati kan inte innebära att folk faktiskt styr utan att folket har möjlighet att godkänna eller avfärda de personer som ska styra dem.²⁴ Varje medborgare bär därför

²¹ Held (1987:114)

²² Held (1987:32)

²³ Held (1987:178)

²⁴ Held (1987:199)

själv ansvaret att rösta fram det partipolitiska alternativ som kan lyfta fram medborgarens intressen och besluta i dennes ställe.

Demokrati enligt detta synsätt är realistiskt sett långt ifrån en livsform med löften om jämlikhet och ultimata förutsättningar för medborgarens utveckling och delaktighet i en gemenskap. Medborgarens rätt innefattar istället enbart möjligheten att välja regering så att den kan handla för dennes räkning. Demokratins kärna, enligt den konkurrerande demokratin, är medborgarens möjlighet att ersätta en regering med en annan och på detta sätt undvika en situation där det politiska beslutsfattandet inte kan tillrättavisas. Så länge regeringar kan bytas ut och medborgarna har minst två politiska partier att välja mellan är det möjligt att hålla enväldet borta.²⁵

Demokrati, enligt denna modell, är ett system som gör det möjligt att få reda på vad vanligt folk vill, medan den verkliga politiken lämnas åt det fåtal som är kvalificerade att sköta den. Den komplicerade moderna staten kan bara styras framgångsrikt om den ”suveräna staten” klart avgränsas från det ”suveräna folket”. Skulle dessa inte avskiljas och medborgarna få mer möjligheter än att rösta skulle detta resultera i att redan starka medborgargrupper ökar sitt inflytande. För att ansvara för politiska beslut krävs vissa individuella kvaliteter och erfarenheter vilka politiskt oerfarna enskilda individer saknar. Om mindre lämpade personer får inflytande över beslutsprocessen ökar riskerna att dessa försöker verkställa sina egna intressen istället för att se till samhällets bästa.²⁶

Att enbart ha valdeltagande begränsar den demokratiska individens möjlighet att påverka. Inte minst ungdomarnas möjligheter, dels då flertalet av vår målgrupp inte är röstberättigade, dels då ungdomar generellt sett röstar i mindre utsträckning än de äldre målgrupperna.²⁷

²⁵ Held (1987:199)

²⁶ Held (1987:201)

²⁷ Johansson (2007:35)

6. Metod

För att ge en insyn i vår studie förklarar och diskuterar vi nedan urval, val av respondenter, val av metod samt hur vi går tillväga vid insamlingen av vårt material.

6.1 Urval

Vår uppdragsgivare ger oss fria händer när det kommer till vems hjärtefrågor som ska tas fram. Den begränsning vi får är att målgruppen måste finnas inom Västra Götalandsregionen.

Eftersom valet av målgrupp då är upp till oss väljer vi staden Göteborg. Att undersöka hela Västra Götalandsregionen blir för omfattande och vi väljer därför den största staden i regionen som avgränsning. Gymnasieungdomar väljer vi på den enkla grund, att de är framtiden. Vi känner även att ungdomsgruppens åsikter inte alltid får ta lika mycket plats i opinionen då de flesta inte har rösträtt och vanligtvis inte deltar i de samhälleliga diskussionerna och debatterna.²⁸ Urvalet i målgruppen bestäms genom ett försök till så stor mångsidighet som möjligt, där gymnasieungdomar bestäms i kategorier som i största möjliga mån är extremer till varandra.

6.1.1 Val av respondenter

Vår population är gymnasieungdomar i Göteborg och vi har baserat urvalet på ålder, kön och skola.

I målgruppen finns det allt ifrån femtonåringar som nyligen börjat gymnasiet till nittonåringar som snart ska ta studenten och ta steget ut i vuxenlivet. Vi vet själva att gymnasietiden är en av de mer intensiva perioderna i livet då man förändras och växer som individ. Det finns alltså stora skillnader mellan en som är 15 år och en som är 19 år.

Vi väljer bland olika gymnasieskolor i Göteborgs kommun. En kommunal skola i centrala Göteborg, en fristående skola samt en kommunal skola i en förort till Göteborg. Detta val gör vi för att nå olika dimensioner hos eleverna. Skillnaderna kan hos personerna bero på socioekonomiska faktorer och närheten till skolan. Skillnaderna kan också ligga i vilka som söker sig till en fristående skola istället för en kommunal och vilka som söker sig till en skola i förorten istället för i centrala delen av staden. Från varje enskild skola väljer vi fyra personer, en kille och en tjej som går första året samt en kille och en tjej som går sista året. Det totala urvalet är på tolv personer men med ett bortfall på en person, en kille som går första året på en fristående skola.

6.2 Val av metod

För att kunna synliggöra ungdomars hjärtefrågor samt hur och om dessa kommuniceras väljer vi att använda kvalitativ metod. Vi använder oss av kvalitativ metod då vi på förhand inte vet vilka kategorier som ska isoleras och definieras vilket krävs i en

²⁸ Johansson (2007:15)

kvantitativ undersökning.²⁹ Vi kan alltså inte på förhand veta vilka de relevanta kategorierna är då vi antar att olika ungdomars hjärtefrågor är vitt skilda, vi använder oss därför av samtalsintervjuer.³⁰ Ett utmärkande drag för samtalsintervjun är att utgå från människors bild av sin vardag och omvärld där vi som intervjuare ska försöka leva oss in i intervjupersonernas världsbild.³¹ Vi behöver alltså sätta oss in i ungdomarnas vardag och se hur de upplever sin situation som ung student boende i Göteborg. Detta för att få förklarat vilka hjärtefrågor som är viktiga för dem och hur, om och var dessa kommuniceras. Intervjuerna gör att vi är flexibla i våra frågeställningar och kan anpassa sättet vi agerar och ställer våra frågor på. Eftersom ett komplext begrepp som hjärtefråga kan ha så många olika betydelser anser vi det vara lämpligast att använda samtalsintervjuer där vi får tillfälle att förklara vad vi menar och öka chanserna för förståelse hos intervjupersonerna. Detta hade varit svårt att få förklarat i en kvantitativ undersökning.

6.2.1 Olika metoder ger olika svar

Kvantitativ forskning har redan utförts på liknande ämnen. Exempelvis har SOM-institutet gjort enkätundersökningar, Väst-SOM. Undersökningen fokuserar på analyser av samhälle, opinioner och medier i Västsverige. Undersökningen utförs med avsikt att studera attityder och beteenden som är anslutna till lokala och regionala frågor och händelser. I detta material kan vi statistiskt se vilka de viktigaste frågorna är enligt ungdomar mellan 15-19 år. Risken är att ungdomarna, i en situation som denna, svarar i en större mening, alltså samhälleligt, det som de ”borde” svara. Vi vill undvika ”bordesvar” i största mån, och få fram det ungdomarna själva känner berör dem. Vi vill gå djupare och definiera frågan så att vi får ett svar där intervjupersonen får ge sitt individuella perspektiv på samhället de lever i. Vi vill med hjälp av intervjuerna omdefiniera vad man anser vara viktiga frågor för ungdomar mellan 15-19 år i Göteborg och dessutom undersöka hur hjärtefrågorna tar sig uttryck i ungdomarnas politiska deltagande.

Kvalitativa intervjuer ger oss alltså svar på vilka hjärtefrågor individen har utifrån sig själv och sitt liv i allmänhet. Vi frågar vad de anser vara den viktigaste frågan med utgångspunkt från dem själva, som ung, studerande och boende i Göteborg samt hur de upplever att de kan få inflytande över sin hjärtefråga.

6.2.2 Inför intervjun

Inför samtalsintervjuer är det viktigt att planera och samla in förförståelse i ämnet för att se om intervjuerna tillför något som inte fanns att läsa om innan. Man behöver fundera på den etiska aspekten i samtalet där intervjupersonerna måste få reda på att de ingår i en vetenskaplig studie och huruvida man bör låta personen vara anonym och om detta kommer att ha någon effekt på den senare analysen. I början av varje intervju går vi genom att vi genomför en vetenskaplig studie och vad den handlar om samt ger ungdomarna anonymitet vilket innebär att vi inte skriver ut vem som sagt vad. Då våra

²⁹ Esaiasson (2007:285)

³⁰ Esaiasson (2007:285)

³¹ Esaiasson (2007:286)

intervjuer handlar om det ämne eller den frågan som ligger ungdomarna närmst om hjärtat vet vi på förhand att intervjuerna kan komma att handla om känsliga ämnen. Frågorna kan tolkas olika och kan närma sig det mer terapeutiska samtalet där vi som intervjuare kan väcka starka känslor.³² Vår expertis sträcker sig dock inte så långt, vi försöker därför hålla intervjuerna på så lättsamma nivåer som möjligt. Detta då vi vill att intervjupersonerna ska känna sig så bekväma som möjligt och få igång en konversation som liknar ett vardagligt samtal.

Vi använder oss av respondentintervjuer vilket innebär att svarspersonernas egna tankar och idéer om vad de tycker är intressant kommer fram. Vi frågar i stort sett samma frågor till alla där vi söker ett mönster i svaren. Vi vill beskriva och förklara vad som är viktiga frågor samt hur och var de pratar om dem.

6.2.3 Intervjuguide

Intervjuguiden innebär en uppsättning olika frågor och följdfrågor som står som riktlinjer för vår intervju. Intervjuguiden som vi använder omfattar en rad frågor uppkomna ur teman. Det är viktigt att vi tänker på form och innehåll. Formen innebär skapandet av ett levande samtal och innehållet syftar på anknytningen till studiens syfte³³. Innehållet baseras därför på teman som ungdomarnas medievanor, fritidsintressen, hjärtefrågor samt hur och om dessa kommuniceras. Intervjuguiden med specifika frågor hittas i bilaga 1. För att skapa ett levande samtal och en situation där intervjupersonerna motiveras att prata om sina upplevelser och erfarenheter försöker vi med lättsam jargong få igång en diskussion om ett intresse eller en hjärtefråga de tar upp. Uppträdandet vid intervjun ska dock skapa förtroende.³⁴ Samtidigt som vi vill ha ett lätthanterligt samtal för båda parter under intervjun vill vi också att de ska leda till resultat. För att vi ska få fram dessa behöver vi också skapa förtroende. Målet med intervjuerna är att frammana spontana beskrivningar om personernas egna uppfattningar kring de olika frågor vi ställer.³⁵

Under intervjuerna är vi medvetna om att guiden enbart är ett stöd och att vi måste tolka situationen rätt och ställa frågor utefter denna hellre än att följa guiden till punkt och pricka.

6.2.4 Intervjusituationen

Eftersom vi är två som intervjuar och intervjuerna görs enskilt, måste vi räkna med att vi som intervjuare kan tolkas på olika sätt. Om resultaten skiljer sig mycket åt i intervjuerna bör vi reflektera över om det kan ha skett en så kallad ”intervjuareffekt”. Det är en effekt som kan uppstå om t ex de som intervjuar är väldigt olika i sin karaktär.³⁶ I detta fall antar vi dock att denna effekt inte uppstår, då vi båda är tjejer i samma ålder som dessutom har liknande bakgrund. Detta gör att vi som intervjuare resonerar på liknande vis och framkallar liknande reaktioner.

³² Esaiasson (2007:290)

³³ Esaiasson (2007:298)

³⁴ Esaiasson (2007:302)

³⁵ Esaiasson (2007:298)

³⁶ Esaiasson (2007:301)

Vi kontaktar eleverna med hjälp av tidigare bekantskaper via telefonsamtal. Efter urvalet ringer vi alltså till en lärare vid de tilltänkta gymnasieskolorna. Vi förklarar vårt ärende för lärarna och ber dem sätta oss i kontakt elever i deras klasser. Lärarna hjälper oss att antingen få kontakt med eleverna själva och bestämma tid och plats eller ordnar själva elever och tider för intervjuer.

Samtliga intervjupersoner väljer själva plats för intervju, vilket troligen betyder att de känner sig bekväma just där. Det är viktigt att tänka på om miljön har någon betydelse för vilka svar vi får.³⁷ Självkligt är vissa platser att föredra framför andra med tanke på ljudnivå och andra störande faktorer.

Innan vi sätter igång med intervjuerna gör vi intervjuguiden och sätter upp ett antal testintervjuer för att se om frågorna är tillräckliga för att få igång ett fungerande samtal och testa om frågorna följer en logisk ordning. Vid intervjutillfället beskriver vi vår begreppsdefinition av hjärtefråga och kommunikation för att förtydliga vad vi menar med begreppen.

Intervjuerna som spelas in via diktafon tar ca 30-60 minuter. Efter utförda intervjuer transkriberas dessa och analyseras enligt ECA-modellen vilket beskrivs nedan.

6.3 Analys av material

6.3.1 Analys av intervjuer

Då vi analyserar intervjuerna inspireras vi av Altheides ECA-modell, där vi systematiskt analyserar och jämför de transkriberade intervjuernas innehåll. Enligt denna modell bör man precisera undersökningsämnet och ha en förståelse i ämnet med hjälp av tidigare gjorda studier. Vi framställer ett protokoll där ämnen och underfrågor hjälper oss att analysera den information som samlats in. Vi försöker hitta mönster, kontraster, likheter och skillnader mellan de transkriberade intervjuerna. Genom dessa kan vi få fram det typiska, det avvikande och det extrema och lyfter fram och redovisar tolkningarna i resultatet.³⁸ Modellen är en etnografisk innehållsanalys och används med fördel när man vill upptäcka och kartlägga ett fenomen och dess karaktär. ECA-modellen är en kvalitativ textanalys med kvantitativa inslag där målsättningen är att vara så systematisk och analytisk som möjligt. Då intervjuerna transkriberas blir materialet i textform och det är med hjälp av dessa vi använder oss av protokollet och reder ut resultaten. Fördelen med denna metod är att man konstant kan upptäcka nya variabler att undersöka och utveckla dessa variabler för att i slutändan få en så korrekt tolkning som möjligt.³⁹ För att få en så exakt tolkning som möjligt går vi alltså tillbaka till de transkriberade intervjuerna för att se om vi missat några variabler, och se ifall de kan belysas på andra sätt.

³⁷ Esaiasson (2007:302)

³⁸ Altheide (1996:13)

³⁹ Altheide (1996:16)

6.3.2 Analys av tidigare undersökningar

För att få en överblick över hur man som ungdom kommunicerar använder vi oss av enkätundersökningen Väst-SOM för att se medievanor. Vi använder samtalsintervjuerna för att se benägenheten att, samt hur och var, man diskuterar och hämtar information. Vi använder denna undersökning eftersom det är en tillförlitlig källa över befolkningen i Västra Götalands medievanor. Mediebarometern kan också ge oss resultat över medievanor men med den lokala förankring som undersökningen Väst-SOM har, väljer vi att använda oss av denna. Vi antar att många av ungdomarna använder internet i stor utsträckning och att allt färre hämtar information från de traditionella medierna. Vi tror även att det är på internet och sociala medier som man pratar om och diskuterar ämnen man anser är viktiga. Vi använder Väst-SOM för att se om våra påståenden stämmer överens med våra resultat. Ytterligare en anledning till att vi använder Väst-SOM är att vi vill styrka våra resultat gällande målgruppens medievanor i Göteborg, då vårt urval inte är representativt och resultaten från Väst-SOM är just det, representativa.

6.4 Validitet och reliabilitet

Validiteten i en studie handlar om dess giltighet och avser metodens förmåga att mäta det som avses att mätas. Det handlar om hur man lägger upp sin studie och om man använder rätt mätinstrument och om man ställer rätt frågor till rätt personer. En studie med god validitet visar på att teori och empiri stämmer överens.⁴⁰ För att kunna besvara frågeställningarna anser vi att de teorier vi valt ger en bra grund. Resultaten kan diskuteras och jämföras med samtliga teorier vi valt. När det gäller medievanor är resultaten från våra intervjuer inte representativa men styrks av det material vi hämtat från Väst-SOM vilket är representativt. Hjärtefrågorna är såpass individuella och vi kan knappast påstå att vi fått fram samtliga hjärtefrågor i Göteborg. Därför kan inte vårt eget empiriska material generaliseras, men vi finner ändå en teoretisk mättnad i våra resultat gällande medieanvändning. Med teoretisk mättnad menar vi att vi erhåller få nya resultat och få nya aspekter på medieanvändningen hos ungdomarna om vi väljer att genomföra fler intervjuer, då vi av de elva intervjuer som gjorts fått mycket liknande svar. Även i frågorna kring hur ungdomarna kommunicerar och deltar politiskt finner vi en viss mättnad. Här finns givetvis risken att en person med starkt avvikande svar snedvrider resultaten. Men med de respondenter vi intervjuat och de olika dimensioner vi grundat urvalet på anser vi respondenterna relativt representativa för gymnasieungdomar i Göteborg.

Reliabiliteten innebär en studies tillförlitlighet eller trovärdighet. Det handlar om i hur hög grad resultaten från ett mätinstrument påverkas av tillfälligheter eller hur säkert vi kan mäta det som vi faktiskt mäter oavsett vad vi avser att mäta.⁴¹ Nackdelarna med den kvalitativa intervjun är att intervjupersonen kan se det som ett tillfälle att bevaka sina intressen och argumentera för sin specifika ståndpunkt men då vi i största mån försöker

⁴⁰ Esaiasson (2007:63)

⁴¹ Esaiasson (2007:63)

beskriva och undersöka intervjupersonens sätt att se på sin vardag försöker vi få dem att prata om just sina åsikter och egenintressen. Intervjuer kan också ses som godtyckliga eftersom de bygger på en social interaktion som lyder under en mängd mellanmänniska mekanismer. Dessutom ges kritik mot intervjun då det är en situation där respondenten föredrar att berätta om sådant som intervjuaren finner intressant.⁴² Vi försöker att undvika båda dessa fenomen med hjälp av en noga framtagen intervjuguide där svaren enbart kommer från respondenten utan att vi som intervjuare styr intervjun. Dessutom gör användningen av ECA-modellen att vi reflexivt kan använda oss av materialet utan att göra direkt egna tolkningar. Vi får i våra kvalitativa intervjuer tillgång till sådant som skulle vara väldigt svårt att få tag på i en annan undersökningsform. Kvantitativa undersökningar hade i vårt fall gett oss en hel del ”bordesvar” vilket vi vill undvika i så stor utsträckning som möjligt. Vi kan dessutom med hjälp av intervjuerna testa egna hypoteser och diskutera dessa med intervjupersonerna.

⁴² Kvale (2009:184)

7. Resultat och analys

I följande del kommer vi att beskriva studiens resultat och analysen utav dessa efter våra frågeställningar. Analysen av de empiriska resultaten förhåller sig till de teorier vi beskriver ovan. I den avslutande diskussionen beskriver vi huvudresultaten, och ser till dessa tillsammans med studiens syfte.

7.1 Vilka är ungdomarnas hjärtefrågor och vilka lösningar ser de på viktiga problem?

Med hjärtefrågor, som vi tidigare definierat, menar vi alltså en fråga eller ett problem som är viktig för just den enskilde individen. Vi har som tidigare nämnts försökt att undkomma svar som kretsar kring vad man "borde" svara och istället sökt djupare och jobbat för att få uppriktigt egna svar.

För att underlätta för läsaren har vi delat in samtliga hjärtefrågor i olika ämnen, detta ger också en större överblick över vilka delar i samhället som berörs. Ämnena är rangordnade efter hur ofta de kommer upp i samtliga intervjuer, det börjar med det ämne som oftast förekommer och så fortsätter det neråt. Hjärtefrågorna kommer att kortfattat presenteras enskilt, en och en, i bilaga 2.

Vi vill inte ta reda hur eller varför hjärtefrågorna har uppkommit. Uppkomsten kan bero på ofantligt många faktorer, och vi har valt att inte välja den ingångsvinkeln. Istället vill vi koncentrera oss på det som sker nu och se till vad ungdomarna gör av dem. Att göra en teoretisk analys av hjärtefrågorna i sig, vilka de är och vilka lösningar ungdomarna ser är inte relevant i denna studie. I den senare analysen kommer vi däremot beskriva den eventuella kopplingen mellan hjärtefrågornas lösningar och ungdomarnas politiska deltagande. För att kunna göra denna analys beskriver vi nedan vilka hjärtefrågorna är, vilka lösningar ungdomarna kan se samt om de kommuniceras.

När vi frågar efter hjärtefrågor så är det många som får tänka efter en liten stund. Vi utvecklar frågan och förklarar att vi vill veta vad de går runt och tänker på, det som de tycker är ett problem eller en viktig fråga för dem. Följdfrågan till vilken hjärtefråga dessa ungdomar har, är ifall de själva vet hur de kan påverka eller försöka hitta åtgärder till de viktiga frågorna eller problemen de upplever. Visserligen finns idéer på hur man skulle kunna lösa frågorna eller problemen, ingen vet hur man går till väga för att göra detta.

7.1.1 Mänskliga och sociala problem i samhället

De flesta hjärtefrågor handlar om relativt stora frågor eller problem i samhället. En av respondenterna beskriver sig själv som väldigt empatisk och tycker att situationen för hemlösa och tiggare är kritisk och att problemet borde uppmärksammas betydligt mer. Hon berättar vidare att hon ser allt för många människor som bara går förbi och totalt ignorerar människor i nöd. Vi frågar vad hon tror man kan göra för att förbättra situationen, hon svarar:

”Kanske göra någon organisation där folk kan gå på dagarna och till exempel hjälpa till eller få någon syssla där man får bara en liten peng istället för att sitta på gatan ute i vintern och frysa”

/18 år, tjej, fristående skola

Hon pratar väldigt engagerat om sin hjärtefråga men berättar att hon inte pratar med någon om den.

En annan respondents hjärtefråga handlar om kvinnoförtryck. Hon beskriver sig själv som en tjej med väldigt starka åsikter och hon avskyr verkligen kvinnor som lever under männens makt. Hon tycker att kvinnor ska ”stå på sig” mer och våga säga ifrån. Hon berättar att hon vet att det finns organisationer som kan hjälpa men hon tror inte att de förtryckta kvinnorna vågar söka sig till sådan hjälp. Hon tror att det är viktigt att lära kvinnor, redan i ung ålder, att våga säga ifrån. Utöver det så vet hon inte vad man kan göra rent konkret för att förbättra situationen. Hon får frågan ifall hon brukar prata om sin hjärtefråga, svaret är då nej.

Sedan är det tre utav respondenterna, vars hjärtefrågor är mycket lika. De tre, som intervjuades vid olika tillfällen, tycker att folk i samhället saknar empati och förståelse för varandra. En av tjejerna berättar att hon själv upplevt diskriminering och utanförskap. Hon tycker att friheten att få vara vem man vill saknas. Vidare säger hon att det omöjligt går att leva i ett totalt jämlikt samhälle, det som saknas idag är tolerans människor emellan. De andra två respondenterna berättar att de också ser en orättvisa i samhället, där invandrare särbehandlas på grund av sitt efternamn och kulturkrockar som uppstår när människor inte har kunskap om eller respekt för varandra. Dessa tre respondenter brukar sällan prata om sina hjärtefrågor.

7.1.2 Skola och fritid

Några utav respondenterna har hjärtefrågor som berör skolan. En av respondenterna har skolmaten som sin viktigaste hjärtefråga. Han berättar att skolmaten har en alldeles för dålig kvalitet och tycker att problemet inte tas på allvar.

”Det är ju jättesynd också för maten är ju så himla viktig, just lunchen också kan jag tycka. Man måste orka resten av dagen liksom”

/16 år, kille, kommunal skola i centrala Göteborg

Han ser ingen poäng i att gå med i skolans matråd, det funnits ett bra tag och ingen förbättring har skett. Vi frågar honom ifall han vet hur han skulle kunna påverka problemet på något annat sätt, han svarar att han inte vet. Han berättar att han och hans skolkamrater brukar diskutera hjärtefrågan när det är dags för lunch men det är inget ämne han diskuterar på annat sätt.

En av de andra respondenternas hjärtefråga handlar specifikt om läroplanen och fördelningen av skolarbete. Hon anser att alla läxor och prov är förlagda till perioder där allt kommer på en och samma gång. Hon berättar att hon har gått på flertalet skolor, även utomlands, och att det ser likadant ut på samtliga skolor. Hon säger att det har tagits upp med lärarna men att ingen förändring har skett. Utöver det vet hon inte konkret vad som kan göras för att förändra situationen till det bättre.

7.1.3 Miljö och hälsa

Några av respondenternas hjärtefrågor handlar om miljöproblem. Tre utav de svarande tar upp olika miljöproblem, både lokala och internationella problem.

En kille kritiserar stora företag, han pekar på att de bara är ute efter att tjäna pengar och att de gör det på bekostnad av naturens välbefinnande. Han anser att politiker och globala företag borde ta ett större ansvar för att förbättra miljön. Han säger dock att individen inte ska slippa undan, han menar att det är minst lika viktigt att varje hushåll sorterar sina sopor och gör det lilla de kan. En annan respondent pratar om samma sak. Hon säger att folk inte borde slänga skräp på gatan och att hundägare borde plocka upp efter sina hundar. Dessa två respondenter säger att de inte brukar prata om sina hjärtefrågor.

Den tredje svarande som tar upp miljöproblem som en hjärtefråga pratar om kärnkraften och att det är en bortglömd fråga. Han brukar prata om miljön och dess problem mest i skolan då han går en linje som inriktar sig på miljö och hållbar utveckling, men diskuterar även ämnet tillsammans med sina vänner. Han är själv emot kärnkraft och tycker att ämnet borde tas upp till debatt mer.

”på 80-talet så var det här en väldigt aktuell fråga och då stod det om det i tidningarna[...]men nu så får det inte så mycket uppmärksamhet i media och det gör att folk inte pratar så mycket om det. De flesta verkar tycka[...]att det är lösningen på miljöproblemen, att börja med kärnkraft istället”

/18 år, kille, fristående skola

Han kritiserar det faktum att det inte pågår någon debatt om ämnet och menar på att det första steget faktiskt är att få igång det i media.

Hjärtefrågan om hälsa handlar om rökning. En utav respondenterna tycker det är viktigt att få folk att sluta röka, han pratar framförallt om ungdomar. Eftersom han själv utövar en sport på fritiden ser han folk som inte kan prestera sitt bästa på grund av att de röker. Vi frågar vad han tror att det finns för åtgärder och han föreslår att man skickar ut elitidrottare till skolor där de informerar om rökning, dess skador och sedan gör något praktiskt, fysisk träning eller liknande. Han säger att han tillsammans med sina vänner pratar om själva ämnet rökning, men att det inte händer särskilt ofta och oftast ligger på en ytlig nivå.

7.1.4 Västtrafik

Några utav respondenterna lyckas pricka in en gemensam nämnare i hjärtefrågorna, nämligen trafikbolaget Västtrafik. Vissa av dem anser att det nya biljettsystemet som införts är krångligt och svårt att förstå. De berättar att det tar lång tid att lära sig men tycker det som är mest frustrerande är att se äldre och turister som har problem med systemet.

”Nya som kommer hit, turister, de fattar ju ingenting och så ska biljettkontrollanterna försöka lära dem och så kan dem kanske inte svenska liksom...”

/16 år, kille, kommunal skola i centrala Göteborg

Annan kritik som riktar sig till Västtrafik är det dåliga bemötande man får utav biljettkontrollanterna. En tjej berättar att de är onödigt otrevliga och ibland orättvisa då de ibland låter vissa komma undan lindrigt medan andra får hårdhandskarna emot sig. En annan tjej uttrycker missnöje när det kommer till förseningar inom kollektivtrafiken. Hon anser att Västtrafik dras med stora förseningar, speciellt på morgonen, och att det inte verkar ske någon förbättring. Respondenterna som tar upp detta som sin hjärtefråga berättar att det inte är något de brukar prata om, snarare ligger det som en inneboende frustration hos dem.

7.1.5 Arbetslöshet

Tre utav respondenterna pratar om jobbfrågan. En utav hjärtefrågorna handlar om att det är svårt att få jobb när man saknar erfarenhet. Hon funderar på hur hon ska kunna få jobb, när hon aldrig tidigare har arbetat och arbetsgivarna kräver tidigare erfarenhet. Hon pratar även om att det är viktigt att ha ett kontaktnät för att skaffa sig ett jobb.

”Jag har inte det där kontaktnätet så då känns det sådär, jag får gå runt och fråga folk... Det känns lite hopplöst att gå runt med ett tomt CV”

/18 år, tjej, kommunal skola i centrala Göteborg

Hon vill att man efter gymnasiet ska kunna ha möjligheten att skaffa sig ett jobb. Idag är det nästan så att folk tvingas till vidare studier i bristen på annan sysselsättning. Hon anser alltså att det finns för få jobb möjligheter för unga idag.

Vidare på samma spår tycker två andra respondenter att arbetslösheten är alldeles för hög. En av de svarande berättar att han har en del vänner och bekanta som gått ut gymnasiet och nu står arbetslösa. Han föreslår att man borde satsa mer på byggarbeten och på så vis få in unga på arbetsmarknaden.

En tjej berättar att hon har fått en anställning via praktiken som de har i skolan, men hon uttrycker en oro för andra ungdomar som inte tar sin praktik på allvar och därmed inte tar tillfället i akt och skaffar sig den erfarenheten som erbjuds.

Arbetslösheten är något som, enligt respondenterna, mest diskuteras i skolsammanhang och ibland tillsammans med vänner.

7.1.6 Brottslighet bland unga

Tre utav de svarande tycker att situationen med brottslighet bland unga är fruktansvärd. En kille berättar att han själv brukar gå till en fritidsgård i området där han bor och att han inte vet vad han hade gjort ifall den inte fanns. Han spekulerar och säger att han tror att med hjälp av fritidsgårdar kan man hålla unga sysselsatta och därmed minska risken för ökad kriminaliteten bland unga.

En utav tjejerna berättar om nedläggningen av fritidsgårdar runt om i hennes närområde och uttrycker en stark upprördhet kring situationen.

”Jag tycker inte ens att de ska tänka tanken på att stänga fritidsgårdar för där har vi ändå något att göra, där umgås vi, där har vi roligt och lär känna nya människor. Stänger dessa kommer kriminaliteten öka jättemycket, det är jag helt säker på”

/16 år, tjej, kommunal skola i förort i Göteborg

Kopplingen mellan att stänga ner fritidsgårdar och att kriminaliteten ökar, är något som de själva gör. Vi frågar vad de tror att de själva kan göra för att inte fler fritidsgårdar ska stängas ner, svaren blir att prata med fritidsledarna. Utöver det så vet de inte vad de rent konkret kan göra åt saken.

Den tredje respondenten som pratar om brottslighet bland unga, berättar att hon tycker att det sker för mycket vandalisering på skolorna. Hon säger att det sker på de allra flesta skolor, både de hon själv har gått i men också på andra kompisars skolor. Vi frågar vad hon tror att hon på eget initiativ kan göra åt detta, men hon svarar att hon inte vet.

7.1.7 Göteborg som stad

En av de svarande berättar att hon tycker att Göteborg som stad är rätt tråkig. Hon jämför med New York och stadens stora skyskrapor och tycker att Göteborg behöver moderniseras.

”Jag har sett allting här, jag tror man måste komma med något nytt, kreativt också, något som fräschar upp Göteborg”

/18 år, tjej, fristående skola

Hon tror det som ungdom är rätt tråkigt att bo i Göteborg. Detta är ingenting hon brukar prata om med andra, men tänker på det en hel del själv.

7.2 Hur kommunicerar ungdomarna och varför?

För att visa hur och var vår målgrupp kommunicerar, presenterar vi deras medievanor och medieanvändning. Vi vill beskriva deras kommunikationsvägar genom vilka de uttrycker sina åsikter och tar del av samhällelig och politisk information. Vi vill dock påpeka att resultaten inte är ömsesidigt uteslutande, utan endast baserat på de frågor vi har ställt till respondenterna. Det innebär att det kan finnas andra vägar och sätt för målgruppen att uttrycka sina åsikter samt ta del av samhällelig och politisk information.

Nedan följer en presentation av resultat från våra samtalsintervjuer. Vi sammansätter mycket av resultaten av medievanorna då många av respondenternas svar är likadana. Vi pekar även ut det som är avvikande och extremt. För att lägga mer tyngd på beskrivningen av ungdomars medievanor tar vi även fram resultat från SOM- institutets undersökning Väst-SOM 2008. När vi i texten pratar om målgruppen i samband med resultat från Väst-SOM så är det ungdomar mellan 15-19 år i Göteborg som svarat i enkäten.

7.2.1 Medieanvändning

Om vi ser till våra respondenter så surfar de på nätet minst en timma per dag och vanligtvis tar användningen av internet upp mellan en till åtta timmar per dag. Ser vi till resultat från Väst-SOM 2008, så använder mer än 8/10 av 15-19 åringar i Göteborg internet på en daglig basis⁴³. På internet, läggs tiden mestadels på att chatta via *msn*, kolla klipp på *You-Tube*. Samtliga har en egen *Facebook* sida och spenderar mycket tid på siten. Dessa svar var återkommande i nästan alla intervjuer. Frekvensen av användningen skiftade dock lite bland respondenterna. Det sociala forumet *Facebook* är det första svaret bland många när vi frågar vad de gör på internet.

Förutom chattar och sociala forum är det även två utav respondenterna som brukar spela online-spel. Många av respondenterna använder sig av internet för se på film och lyssna på musik, antingen genom att ladda ner eller via streamingtjänster, såsom *Spotify*.

Ingen utav respondenterna skriver någon egen blogg. Det är sju av elva respondenter som läser eller har läst någon blogg. Samtliga tjejer av respondenterna läser någon blogg. Antingen är det en kompis blogg eller modetjejen Kenza´s blogg. Det är endast två av killarna som har läst bloggar, såsom resebloggar, musikbloggar och spelbloggar.

⁴³Väst-SOM 2008, SOM-institutet

Nio av elva respondenterna läser nyheter på internet. De väljer då gp.se eller aftonbladet.se. Endast en kille i urvalet väljer en annan tidning.

”Jag älskar att gå in på Nord Koreas hemsida och se vad de trycker upp på sina nyhetssidor för det är så skoj och läsa deras rubriker”

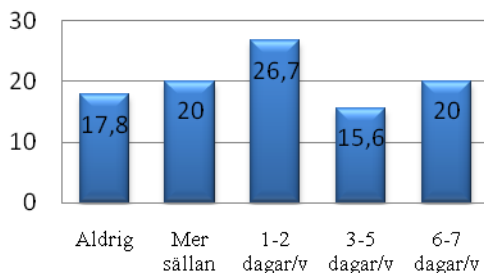
/18 år, kille, kommunal skola i centrala Göteborg

Han berättar även att han annars inte läser nyheter på internet. Istället tillgodogör han sig nyheter via TV eller läser gratistidningen Metro på spårvagnen.

För att komplettera våra resultat har vi även tagit fram hur ofta målgruppen läser, GPs, respektive Aftonbladets nätupplaga, ifrån Väst-SOM 2008⁴⁴.

Tabell 1.

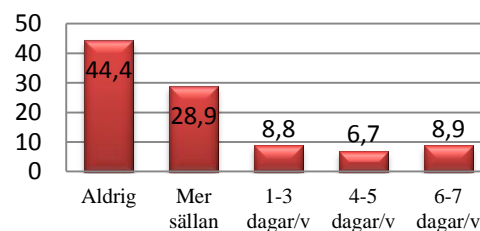
Hur ofta läser du aftonbladet.se



Antal i procent av totalt 45 personer.

Tabell 2.

Hur ofta läser du gp.se

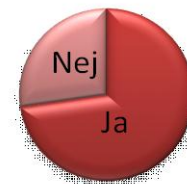


Antal personer i procent av total 45 personer. 1 person i bortfall.

Hos målgruppen ser vi en trend där många aldrig läser nyheterna på gp.se medan majoriteten som läser aftonbladets nätupplaga, gör det flera gånger i veckan.

Ingen utav respondenterna kommenterar nyhetsartiklar eller debatterar på olika forum. Om det däremot handlar om att läsa kommentarer till nyhetsartiklar eller diskussioner på forum, är det något som mer än hälften av respondenterna gör. (se tabell 3) Detta är dock inget som sker särskilt ofta utan mest då inläggen handlar om ämnen som berör eller intresserar personen.

Tabell 3.



Alla utom en av de svarande läser gratistidningen Metro. Tidningen beskrivs som lättillgänglig och ett bra tidsfördriv.

”Jag läser helst Metro faktiskt, för att jag tycker alla andra tidningar är så komplicerade”

/18 år, tjej, kommunal skola i centrala Göteborg

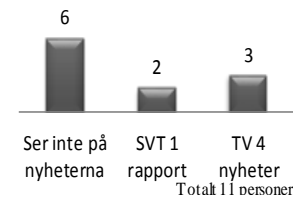
⁴⁴ Väst-SOM 2008, SOM-institutet

Tre utav de svarande har prenumeration på GP i sitt hushåll och tre utav dem läser någon annan tidning eller tidsskrift. Det är en tjej som ibland läser tidsskrifterna *Damernas Värld* och *Amelia*. En kille läser ibland resemagasin och en annan kille gillar att läsa tidsskrifter som handlar om historia. I frågan om att skriva insändare till en tidning, är det ingen som har tagit initiativet till att skriva ett eget inlägg. Samtliga respondenter utom två läser dem, dock bara ibland.

Nästan samtliga respondenter som ser på TV mellan 1-3 timmar/dag. En avviker och ser på TV cirka 30 min i veckan. De kanaler som dominerar respondenternas tv-tittande är de kommersiella kanalerna. Det som ses mest är diverse TV-serier. En extrem tittar aldrig på svenska TV-kanaler utan endast på TV-sändningar från tyska kanaler. När det kommer till att se på nyhetssändning på TV.

Majoriteten av respondenterna ser inte nyheterna på TV. De som gör det väljer antingen SVT:s rapport eller TV4-nyheterna. Det är i många fall föräldrarna som väljer att se nyhetssändningen och våra respondenter är då oftast passiva åskådare, enligt dem själva. Tabell 4 illustrerar ungdomarnas nyhetsvanor via TV.

Tabell 4.



Radiolyssnandet har väldigt låg frekvens bland dessa ungdomar. De flesta lyssnar knappt alls och de som väl lyssnar gör det inte mer än någon enstaka gång i veckan, kanske i bakgrunden på jobbet eller vid frukostbordet.

”Någon gång i veckan skulle jag säga... jag sätter bara på radion och så är det någon kanal där.”

/18 år, tjej, fristående skola

När de väl lyssnar blir det främst på Rockklassiker Göteborg eller någon utav de andra kommersiella kanalerna. Endast två utav respondenterna lyssnar på Sveriges Radio. I Jan Strids artikel om Radiolyssnandet i Göteborg 2008, hittar vi resultat som liknar och styrker våra resultat. Av 32 personer totalt så är det 30 av de som lyssnar på de kommersiella radiokanalerna och endast 2 personer som lyssnar på Sveriges Radio, då på kanalen P3.⁴⁵

7.2.2 Olika behov leder till olika medievanor

Vilka motiv är det då som ligger till grund för vår målgrupps medievanor? Teorin *Uses and gratifications* ger sig på att försöka förklara de underliggande behov som kan styra ens mediekonsumtion. Den radar upp tre behov, *det kognitiva behovet, förströelsebehovet och identitetsbehovet.*

Det kognitiva behovet, att informera sig om och förstå omvärlden, är något som ligger bakom ungdomarnas val av samtliga medier, på en mängd olika sätt. Ett exempel på detta

⁴⁵Strid, Jan, se Nilsson (2010:381)

är när de tar del av nyheter eller läser bloggar. Våra resultat visar en del tecken på ett *förströelsebehov*. Ordet förströelse är synonymt med bland annat tidsfördriv och underhållning. Resultaten antyder att ungdomarna använder de olika medierna på grund av *förströelsebehovet*, när de bland annat tittar på TV-serier, läser tidningen Metro eller kollar på klipp via You-Tube. Sannolikt grundas inte dessa medieval på ett behov av att hålla sig uppdaterade inom samhälle och politik utan mer i underhållningssyfte. I resultaten ser vi att samtliga respondenter använder sig av Facebook och det är ett ypperligt exempel på något som tillfredsställer samtliga behov. Här finns även *identitetsbehovet* med, alltså att vara socialt delaktig och relatera till sin sociala omgivning.

”Alla större nyheter jag fått reda på det senaste året har jag fått reda på genom Facebook.”

/ 18 år,tjej, kommunal skola i centrala Göteborg.

7.3 Hur ser den politiska kommunikationen och deltagandet ut bland ungdomarna?

Ungdomars behov och motiv för medieval är viktiga att veta då medieutbudet är större än någonsin. Valfriheten gör att ungdomarna kan välja vilka delar man vill ta del av, detta medför att det inte längre är en självklarhet att ta till sig viktig samhällsinformation. Då ungdomarna använder sig av många olika medier kan detta vara problematiskt då det krävs en väldigt stark motivationsfaktor till varför man ska ägna tid åt ett visst media eller utbud som man kanske inte är intresserade av. Ansträngningen till att ta del av ett visst medie kräver starka motiv. Detta lämnar många ”tråkiga” men kanske väldigt viktiga mediegenrer i skymundan.⁴⁶ Nedan beskriver vi den effekt ungdomarnas medievanor har på deras politiska kommunikation och deltagande.

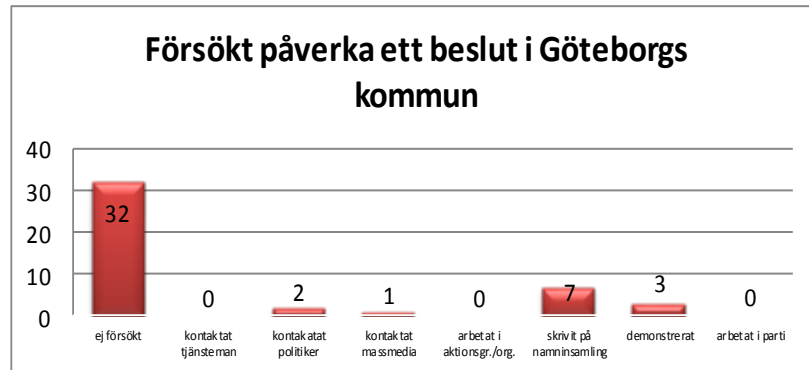
Särskilt viktigt för att kunna fungera som medborgare i en demokrati är information om politik och samhälle. Den medieanvändning som är relaterad till människors möjligheter och förmåga att fungera i rollen som medborgare är viktig. Uppfattningen för politik och samhälle måste förstås utifrån ett vidare perspektiv, det räcker inte med att bilda sin världsuppfattning genom exempelvis människor i sin omgivning. Här fyller medierna en mycket viktig roll i att vidga perspektiven.⁴⁷ Resultaten från våra intervjuer tyder på att ungdomarna tar del av politisk och samhällsrelaterad information, dock ligger deras intresse överhängande oftast i att informera sig om andra ämnen de är intresserade av. Politisk och samhällsrelaterad information tar en mycket liten plats oavsett mediekanal. Emellertid behöver detta inte betyda att ungdomarna inte har ett intresse för vad som sker i samhället och runt omkring dem, ungdomarna påvisar i intervjuerna många intressanta och tänkvärda frågor. Om inte ungdomarna tar del av detta, av medierna givna, vidare perspektiv riskerar de att inte kunna delta som aktiva medborgare i demokratin.

⁴⁶ Strömbäck (2009:74)

⁴⁷ Strömbäck (2009:75)

Bland de resultat vi funnit i våra samtalsintervjuer är avsaknaden i drivkraften att påverka, ett av de som väger tyngst. Ungdomarna har intresset för det samhälleliga och det politiska men få av respondenterna har uttryckt sin ståndpunkt i större sammanhang. Detta kan styrkas genom resultaten från Väst-SOM 2008 där en överlägsen majoritet inte försökt påverka

politiska beslut i Göteborgs kommun. Av de som varit aktiva och agerat, har flest skrivit på namnsamling. Dessa resultat liknar svaren vi fått i våra intervjuer.



Medborgarnas intressen och beteenden kring

politik och medier påverkar på ett grundläggande plan aktörerna inom dessa områden.⁴⁸ För att medborgaren ska kunna påverka politiker är media det som är av störst betydelse.⁴⁹ Endast en av respondenterna har debatterat om sin hjärtefråga. Om benägenheten att uttrycka sin åsikt om sin hjärtefråga är så pass liten hos denna grupp, finns risken att de förlorar inflytande och politisk legitimitet. Säger man inte vad man tycker, kan man inte heller förvänta sig att få gehör för sina hjärtefrågor. Mycket tyder på att ungdomarna inte har benägenheten till att få inflytande och att faktiskt påverka, men vi kan också se tendenser till att de inte vet hur de ska vara aktiva i sitt politiska deltagande.

7.4 Deltagande demokrati, ett ideal, men hur ser det faktiskt ut?

Medborgare, politiska aktörer och medieaktörer utgör grunden för politisk kommunikation, där uttryck av åsikter och informationshämtning möjliggörs.⁵⁰ Den politiska kommunikationen utgör sedan grunden för politiskt deltagande vilket i sin tur är en grundläggande värdemätare för det allmänna demokratiska tillståndet i samhället.⁵¹

Enligt den deltagande demokratin ska man genom engagemang i det sociala och offentliga livet skapa ett samhällsintresse och därigenom minska avståndet till makten och öka känslan av politiskt inflytande.⁵² Resultat från våra intervjuer samt materialet från Väst-SOM visar att ungdomarna är relativt passiva i att överhuvudtaget uttrycka sina åsikter gällande sin hjärtefråga. Gällande informationen kring samhälle och politik är de benägna att ta del av denna, men i mycket begränsad utsträckning. Dessa resultat pekar på att ungdomar i Göteborg, både våra respondenter och enkätsvaranden i Väst-SOM, deltar väldigt passivt i politiken. Däremot finns det ingen brist i politiskt intresse, de hjärtefrågor vi redovisar är klara bevis på detta.

⁴⁸ Strömbäck (2009:30)

⁴⁹ Strömbäck (2009:76)

⁵⁰ Strömbäck (2009:30)

⁵¹ Craig et al. (1990:289)

⁵² Held (1987:114)

Anledningarna till att ungdomarna inte kommunicerar och därigenom deltar politiskt kan vara otaliga, men med så klara besked om att ungdomar inte vet hur de ska få inflytande kan det antas att de inte har rätt verktyg för att kunna delta politiskt. Om demokratiidealet är ett jämlikt inflytande och deltagande har man bland flertalet av våra respondenter inte lyckats fostra den aktiva medborgare som man vill ha i en deltagande demokrati.

Resultaten ger oss klara antydningar på att dessa ungdomar inte deltar politiskt i det traditionella politiska systemet. I och med att få har varit med i en intresseorganisation, förening eller ett partipolitiskt ungdomsförbund indikerar detta att de inte ser denna kollektiva aktion som ett primärt alternativ för att uttrycka åsikter. Svårigheten här är att hitta var och om de faktiskt uttrycker sina åsikter. Detta kan antas vara problematiskt då demokratiidealet för den svenska regeringen är den deltagande demokratin och modellen uttryckligen menar att samtliga grupper i samhället ska vara jämlika i sina chanser att få inflytande och vara deltagande. Man menar att det är denna demokratiska process som berättigar politiska beslut.⁵³ Jämlikheten i inflytande och deltagande brister. Detta på grund av att kunskapen om hur och vad ungdomar kommunicerar saknas i stor mån.

⁵³ Held (1987:114)

8. Slutdiskussion

Vi kommer i detta avsnitt knyta samman alla studiens delar och beskriva hur ungdomarnas kommunikation av hjärtefrågor relaterar till deras politiska deltagande samt hur detta överensstämmer med demokratiidealet. Vi avslutar med en diskussion kring vidare forskning.

Vi vill förtydliga att vi endast kan uttala oss om våra respondenter samt det material vi hämtat från Väst-SOM 2008. Då vi finner teoretisk mättnad i vårt material kring medieanvändningen anser vi att resultaten till viss del är representativa. Vi frånsäger oss kunskapen och möjligheten att uttala oss om i vilken typ av demokrati vi lever i. Analyserna och förklaringarna av det politiska deltagande kan endast ses som tendenser i olika demokratiska modeller. Vi kan inte beskriva om det politiska deltagandet är en framgång eller en motgång för det allmänna demokratiska klimatet.

8.1 Det politiska deltagandet

Vårt syfte med studien är *att beskriva ungdomars politiska deltagande genom hur de kommunicerar sina hjärtefrågor*. Genom att undersöka vilka ungdomarnas hjärtefrågor är kan vi se vad de anser är viktigt samt se hur deras politiska intresse uttrycker sig. För att rent konkret ge svar på syftet kan vi se ifrån våra analyser att ungdomarna är passiva i sitt politiska deltagande och att de inte pratar om sina hjärtefrågor eller andra viktiga åsikter i mediala sammanhang. Vi besvarar syftet med hjälp av våra huvudresultat, vilka beskrivs nedan.

- **Ungdomarna har hjärtefrågor som berör samhället**
I och med att ungdomarna faktiskt har åsikter om sin omgivning, samhälle och politik påvisar de ett politiskt intresse. Hjärtefrågorna finns där, och har en samhällelig förankring vilket vi tolkar som att det finns intressen och åsikter kring det samhälle de lever i. Ett politiskt intresse kan för många innebära en partipolitisk åskådning på ett intresse. Vi tolkar dock frågan även utanför den partipolitiska arenan, och ser på politiskt intresse som någonting som rör ens vardag ur ett samhälleligt perspektiv.
- **Ungdomarna saknar kunskap om sätt att påverka och uttrycker inte sina åsikter**
De flesta av respondenterna visste bestämt vad de ville skulle ske och hade konkreta lösningar på problemen, dock verkade ingen direkt benägen till att agera aktivt för sakens skull. Okunskapen om diverse påverkansvägar och känslan av att inte veta tillräckligt mycket om ämnet gör att de inte vågar uttrycka sig i samhällsdebatten.
- **Ungdomarna deltar i samhällsdebatten enbart genom informationsinhämtning**

Trots att ungdomarna inte själva deltar aktivt i samhällsdebatten följer de och tar in information kring viktiga ämnen som berör samhället. Detta gör de dels i skolsyfte, dels genom eget intresse då det handlar om ämnen som berör de själva. Informationsinhämtningen sker mestadels via internet.

- **Det finns ett relativt stort avstånd till att delta i det demokratiska samhället**
Den ideala demokratin, enligt demokratiutredningen, är en deltagande demokrati. I vår analys ser vi antydningar till att ungdomarna saknar benägenhet till att vara aktiva medborgare, vilket fodras i en deltagande demokrati. Detta grundas i resultaten samt våra egna allmänna intryck och tolkningar av samtalsintervjuerna.

Utefter våra resultat finner vi att det politiska intresset faktiskt existerar hos ungdomarna men att det är den aktiva delaktigheten som saknas. Ungdomarna uttrycker sällan sina åsikter genom de mer konventionella sätten. Vilket är något som styrks de tidigare beskrivna teoriernas resonemang kring ungas deltagande. Ingen skriver inlägg till nyhetsmedier och få debatterar om sina hjärtefrågor.

Vi ser i resultaten att detta är en grupp som inte brukar kommunicera sina åsikter i offentliga sammanhang. När de väl deltar i debatter och diskussioner kring samhälle och politik gör de det på ett passivt vis. De läser och tar in informationen men uttrycker sällan egna åsikter. Detta då de anser att de har för lite kunskap för att våga delta aktivt och uttrycka sig. I vissa fall anses viktiga åsikter för privata för att uttryckas, diskuteras eller debatteras. Hjärtefrågorna är svåra att föra upp på den politiska agendan då de enligt flertalet respondenter är för personliga för att prata om i mediala sammanhang. Då ungdomarna inte kommunicerar sina viktiga åsikter eller problem är det svårt att få fram vilka hjärtefrågor ungdomar har. De kan inte erhållas genom mediala sätt eftersom våra respondenter inte diskuterar dessa genom media. Kunskapen kan dock erhållas genom kvalitativa undersökningar, där exempelvis möten med den tänkta målgruppen kan ge svar på vilka frågor som ligger dem nära hjärtat.

Vår målgrupps brist på aktivt deltagande i den demokratiska dygden som Demokratiutredning förespråkar, positionerar målgruppen utanför den demokratiska modell man har som demokratiideal.

8.2 Vidare forskning

De resultat vi tar fram i denna studie gällande ungdomars hjärtefrågor är inte representativt. För att se om de möjligtvis är representativa hade det varit intressant att göra en mer omfattande kvantitativ undersökning, exempelvis med hjälp av en enkätundersökning. På så sätt kan man se om fler än våra respondenter har de hjärtefrågor som uppkommer ur vår studie. Frågan är om ett representativ gällande hjärtefrågor är möjligt att få fram. Den stora utmaningen ligger vid att göra begreppet tillräckligt tydligt så att det skulle gå att kvantifiera undersökningen. Något vi i så fall menar måste föregås av kvalitativa studier.

Det finns forskning som förklarar varför ungdomar inte är politiskt delaktiga men en intressant aspekt av detta skulle vara att utreda vems ansvar det är att ge ungdomar kunskap i att vara aktiva medborgare. Är det de själva, föräldrarnas eller skolans ansvar? Eller är det så att ungdomarna faktiskt blir fostrade till att vara politiskt deltagande, men inte är det på grund av andra orsaker. Om så är fallet, vilka är då de andra orsakerna?

9. Referenslista

9.1 Litteratur

Craig, Stephen C. Niemi, Richard G. Silver, Glenn E. (1990) *Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items*. Political behaviour.

Esaisson, Peter. (2007) *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts juridik, Stockholm.

Held, David. (1987) *Demokratimodeller . Från klassisk demokrati till demokratisk autonomi*. Daidalos, Göteborg.

Johansson, Susanne. (2007) *Dom under trettio, vem bryr sig och varför?* Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen, Förvaltningshögskolan, Göteborgs Universitet.

Kvale, Steinar.Brinkmann, Svend. (2009) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Författarna & Studentlitteratur, Lund.

Nilsson, Lennart (red). (2010) *En region blir till. Västra Götalandsregionen 1999-2008*. SOM-institutet, CEFOS och Göteborgs Universitet, Göteborg.

Strömbäck, Jesper. (2009) *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. Författaren och SNS Förlag, Stockholm.

Strömbäck, Jesper. (2007) *Makt och medier. En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Författaren och Studentlitteratur, Lund.

9.2 Internet

Mediebarometern:

(2009) redovisning av resultat

<http://www.gu.se/omuniversitetet/aktuellt/nyheter/nyheterdetalj//mediebarometern--medierna-allt-starkare-pa-natet.cid939521> 2010-12-13

Statistiska centralbyrån:

<http://www.ssd.scb.se/databaser/makro/SaveShow.asp> 2010-12-30

Regeringskansliet:

Vad är demokrati?

http://www.riksdagen.se/templates/R_Page_1514.aspx 2010-12-11

9.3 Övrigt

Personlig intervju med Matilda Lindvall, projektutvecklare och verksamhetschef, ADA
2010-11-08

Undersökningen *Väst-SOM 2008*, Som-institutet, Göteborgs Universitet. Kontaktperson
Ulrika Hedman.

Bilaga 1

Intervjuguide

Allmänna frågor, uppvärmningsfrågor

Hur gammal är du?

Vilket program går du?

I vilken stadsdel bor du?

Medievanor

Hur många tim/dag använder du internet?

Vad gör du mest på internet?

Hur ofta läser du nyheter på internet?

Vilka sidor läser du då?

Vilka sidor använder du för att söka information?

Bloggar du?

Läser du andras bloggar? isf. vad för bloggar?

Kommenterar du på internet?

Hur många tim/dag ser du på TV?

Vilka kanaler tittar du mest på?

Vilka program tittar du helst på?

Om du ser på nyheterna, vilken kanal är det då?

Lyssnar du på radio?

Hur många tim/veckan lyssnar du på radio?

Vilka kanaler lyssnar du mest på?

Finns det specifika program/inslag du helst lyssnar på?

Hur ofta läser du en tidning/tidsskrift?

Vilken tidning/tidsskrift läser du helst?

Har du någon gång skrivit en insändare?

Om man skulle vilja nå ut till er målgrupp, vilken kanal skulle ha mest effekt?

Socialt, intressen

Hur ofta umgås du med vänner?

På vilket sätt umgås ni?

Vad brukar ni prata om?

Vad gör du på fritiden?

Vad har du för intressen?

Är eller har du varit medlem i förening eller organisation?

Hjärtefrågor

Kan du tänka ut en (eller flera) fråga/problem som är viktig för dig?

-Brukar du prata om det?

-Isf. hur pratar du om det?

-Med vem/vilka?

-Var pratar du om det?

-Hur tror DU man kan lösa det?

Bilaga 2

Hjärtefrågor

Mänskliga/sociala problem

- *Hemlösa och tiggare, problemet borde uppmärksammas mer*
- *Kvinnor som är förtryckta*
- *Invandrare som döms efter sitt utländska namn på ett negativt sätt*
- *Kulturkrockar, folk saknar empati*
- *Jämställdhet, friheten att vara vem man vill*

Skola och fritid

- *Lunchmaten i en skola är alldeles för dålig*
- *Läxor och prov kommer på en och samma gång.*
- *För höga intagningspoäng till universitetet*
- *För lågt studiebidrag*

Miljö och hälsa

- *Miljöfrågor, företag som bara vill tjäna pengar på naturens bekostnad*
- *Miljöfrågan, emot kärnkraft*
- *Miljöfrågor, folk ska inte slänga skräp på gatan*
- *Rökning, få folk att sluta röka. Mer specifikt ungdomar*

Västtrafik

- *Det nya biljettsystemet är dåligt*
- *Kontrollanter beter sig dåligt*
- *Förseningar i kollektivtrafiken är påfrestande*

Arbetslöshet

- *För hög arbetslöshet*
- *Jobb, hur skaffar man jobb utan erfarenhet?*

Brottslighet bland unga

- *Fritidsgårdar får inte stängas ner – konsekvensen blir ökad kriminalitet*
- *Brottslighet bland unga. Fritidsgårdar är bra, erbjuda läxhjälp*
- *Vandalisering på skolor*

Göteborg som stad

- *Göteborgs stadsmiljö är tråkig och borde moderniseras*