



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

NYHETSUNDVIKARE ELLER SELEKTIV

En kvalitativ studie om varför människor väljer bort
traditionella nyheter

**Ahmed Hanic
Johanna Petersen**

Examensarbete:	15 hp
Kurs:	MK1500 Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht/2020
Handledare:	Annika Bergström
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Examensarbete: 15 hp
Kurs: MK1500 Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Ht/2020
Handledare: Annika Bergström
Kursansvarig: Malin Sveningsson

Sidantal: 42 exkl. bilagor
Antal ord: 19 175

Nyckelord: Nyhetsundvikare, nyhetsmedieundvikare, nyhetskonsumtion, Folk theories, Uses and gratification theory, intervjustudier.

Syfte: Syftet är att undersöka varför människor väljer att ofta eller ibland avstå från traditionella nyheter genom att skapa en förståelse för de resonemang, avsikt och behov en nyhetsmedieundvikare har.

Teori: Uses and gratification theory. Folk theories.

Metod: Kvalitativa forskningsintervjuer.

Material: 10 semi-strukturerade intervjuer med individer som ofta/ibland undviker traditionella nyheter.

Resultat: Respondenterna undviker traditionella nyheter, men de undviker inte alla traditionella nyheter, de uppger att de väljer bort vissa traditionella nyheter men de väljer istället till andra som bättre passar deras preferenser. De uppger att den sorts nyhet de undviker oftast är nyheter som anses vara av negativ karaktär och påverkar respondenternas mående negativt. Samtidigt uppger flera att de fortfarande vänder sig till denna typ av nyhet, men i ett annat format än traditionella nyheter. De bakomliggande faktorerna till varför respondenterna undviker nyheter är många och komplexa och uttrycks ofta i kombination med varandra. Negativitet och upprepning speglas i flera svar, även misstro och personliga faktorer spelar in. Såväl behov som uppfattningar och attityder genomsyrar svaren i undersökningen. Både behov att konsumera och behov att välja bort. Respondenternas uppfattningar och attityder är det som hjälper dem att rationalisera sina handlingar. Coronapandemin har påverkat respondenternas konsumtion, de konsumerar mer nyheter och allt oftare från traditionella nyhetskällor. I relation till krisens allvar och smittomfattning följer respondenterna nyheter, dock uppger de att när krisen är över går de förmodligen tillbaka till gamla rutiner. Respondenterna vill inte identifiera sig själva som nyhetsmedieundvikare, men kanske hellre nyhetsmedieundvikare än nyhetsundvikare.

Förord

Stort tack till vår handledare Annika Bergström för stöttning och råd längst vägen, konstruktiv kritik och feedback.

Vi vill även rikta ett tack till Cecilia Bodström och Eva Landahl, våra uppdragsgivare, som inte bara bidragit med ett intressant uppdrag men också sina egna erfarenheter och kunskaper inom ämnet.

Tack till intervjupersonerna som har avsatt sin tid för denna undersökning och gett oss en inblick i deras liv och tankegångar.

Slutligen tack till våra familjer som har stöttat oss under studiens gång och stått ut med ändlösa monologer inom ämnet.

Executive summary

One of the foundations of journalism is to apprise the public about civic issues. So, what happens when the news loses its audience? Research has shown that 22 % of the Swedish population can be categorized as news avoiders since they actively, often or sometimes, avoid the news. Our democratic society is dependent on citizens' knowledge about politics and civic issues so they can make well-founded decisions within political contexts. This knowledge is often believed to be received through established news media. Our aim has been to examine why some people avoid the news, at the request of SVT and SR.

The digital landscapes' huge development has resulted in an increase in possibilities. Through these possibilities people now have greater opportunities to consume news that suits their own preferences and confirms their own worldviews. Many researchers mean that the big supply of information is creating a polarization not only in people's knowledge but also in their fundamental values. It has also shown that consuming news, especially local news, creates a togetherness within society and an interest in political and civic issues.

The phenomenon called news avoidance does not have a proper description which has resulted in a various usage of the word and a distinction in research findings. While some researchers mean that a news avoider is self-identified, others mean that there is a distinct line that determines if someone is a news avoider or not. Most researchers look at news avoiders who only avoid conventional news from established news media, but is this a fair way to examine the phenomenon? News is all around us and is therefore hard to avoid completely.

Previous studies have shown various underlying factors that can form the basis for news avoidance, several sociocultural factors are presented as to why people avoid the news, such as age, education, and gender. Other reasons for news avoidance is the increased media supply and a problem-focused content, which often lead to a negative impact on the individual's mood. Previous studies have also identified a common perception from news avoiders; they don't need to seek out the news, if it is important enough, they will find out about it through friends or family, the "news-find-me"-perception. The lack of a proper description of the concept of news avoidance is notable through previous research findings, depending on how the research presents the concept and what kind of method researchers use to examine the phenomenon, studies present different results.

By using Uses and gratification theory and Folk Theories the purposes of this study is to create an understanding of why some people avoid conventional news. Research has shown that news avoidance is often emotional rather than rational, so by using a strict method like Uses and gratification we can identify the respondents needs and motives. Furthermore, by using a more open-faced approach like Folk theories we can identify the respondent's inner thoughts and perceptions.

The purpose of the study is to create a greater understanding of news avoiders and their reasoning and intentions. For this study we ask the questions of why some people, often or sometimes refrain from conventional news, what they think about the way the news is reported and what they do instead of consuming conventional news. Considering the current situation, we also want to examine whether the respondents' news consumption has changed during the pandemic.

To identify those who were suitable for the study we used a screener question inspired by Reuters research from 2019 "do you often/sometimes choose not to consume conventional news?". By using in-depth semi-structured interviews, we could identify the respondent's thoughts and attitudes as well as their needs while they are avoiding, or consuming conventional news. We distinguish news avoiders from news media avoiders, where news avoiders are those who avoid news in general, regardless of source, while news media avoiders on the other hand avoid news specifically from

conventional media and news sources. We want to take a closer look at only those who avoid news from conventional news sources.

The result of the study shows that our respondents do not intend to avoid the news per se but to avoid specific news or specific news media. Reasons identified for avoidance are how the news make them feel or that they are in some ways critical of the news. One perception is that the news has a negative impact on their mood and they feel sad or even depressed by consuming it, therefore they refrain from it. They also express that the news is too repetitive and keeps reporting about the same news over and over which causes many of the respondents to feel overwhelmed and tune out. Another perception is that if the news makes them feel bad and is far away from their own lifestyle or geographical position, it is okay not to consume it. These perceptions is what drives the respondents to alter their news consumption, it provides them with the rational reasons required to justify their actions - to tune out the news.

The respondent's critical expressions are often expressed through a perception that the news is targeted and has financial motives. They mean that the news is often grasping for straws to make a good story and through clickbaits' and algorithms they try to manipulate people to engage in their content.

The fact that the respondents still consume the news, in some way, shows that the need to stay informed outweighs the need to avoid. However, the respondents have found other ways to stay alert of what is happening in the world, they choose other sources or channels. One respondent mentioned the preference of using teletext, but for most of them the altering of their news consumption meant to consume news through sources other than conventional news media, for example social media or podcasts. Some respondents prefer to hear news from an individual person that they believe has credibility rather than from a news medium. It differs between the respondents whether this person would be an expert, an influencer, or a journalist.

Another reason expressed is the "news-find-me" and "the-news-is-out-there"-perception, which means that if the news is big enough or if it affects the respondents, they will find out about it, and if they think the news affects them, they can easily seek out the information themselves. However, none of the respondents express that the consumption stops at "news-find-me" and the results show that the respondents often seek more information about the news they have heard through "news-find-me". This means that the previous research results of the perception of "news-find-me" does not represent the respondents in this study, the "news-find-me"-perception and the "the-news-is-out-there"-perception is linked.

Social reasons are also mentioned for the importance of taking part in news. Being able to take part in conversations and to have something to contribute to the conversation is expressed to be of great importance. The need for information, especially information that affects oneself, is considered significant, and despite the desire to avoid conventional news media, these were the sources they turned to when crises occurred. The need to know and the need for information grew bigger during crisis and the more a crisis affected them, the greater the need for information.

When asked if the respondents would identify themselves as news media avoiders the most common expression was that it is not news they have problems with, but how this news is conveyed and angled. They would identify themselves as news media avoiders rather than news avoiders.

Why the respondents sometimes or often avoid news differs between them. Some of them avoid it because they feel that the news is angled, and some avoid it because they do not have the energy or interest to take part in the news. The respondents struggle with the dilemma between satisfying the need to refrain from the news and the need to consume news in order to take part in social interactions and to stay informed.

The study identified three Folk theories. One of them is the common expression that it is okay to avoid news from "the outside world", meaning news far away from one's worldview, both geographically

and socially, are more okay to avoid because they cannot do anything about it - they feel powerless. The second Folk theory we identify is the mistrust towards news media, algorithms and clickbait's. Many respondents preferred to take part of information from another source or from a trustworthy and "genuine" person for example a journalist, scientist or influencer instead of a news source. The third Folk theory identified is the feeling of repetitive news. The repetitive feeling enhances the notion to avoid when it is combined with other expressions, for example if the news is repetitive and of negative nature the respondents often feel overwhelmed.

News avoidance is a concept without a clear definition. Because of its ambiguity, different studies define the concept variously which creates a risk for the result to differ a great deal despite studying the same concept. In some surveys the respondents from this study would be classified as news avoiders, even though they still consume conventional news and even though they would not identify themselves as news avoiders. For future research we suggest that the concept of both news and news avoidance should be clarified. It could also be interesting to examine the first Folk theory, that it is okay to avoid news "from the world outside", looking at news avoider's perception of which news they find "more okay" to avoid. Future research could also consider who is responsible for news avoiders, is it every citizen's responsibility to stay informed or is it the news media's responsibility to reach out to all citizens?

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
2. Bakgrund	2
2.1 Medierna idag.....	2
2.2 Nyhetskonsumtion och public service.....	2
2.3 Hur många nyhetsundvikare finns det?	2
2.4 Nyhetskonsumtion under Covid-19.....	3
3. Utomvetenskaplig problematisering.....	4
4. Tidigare forskning	5
4.1 Vad är en nyhetsundvikare?	5
4.2 Vem är en nyhetsundvikare	5
4.2.1 Nyhetsundvikande - en fråga om utbildning	6
4.2.2 Nyhetsundvikande - en generationsfråga	6
4.2.3 Kvinnor eller män?	6
4.3 Orsaker	7
4.3.1 Medieutbudets ökning	7
4.3.2 Förtroendet för nyhetsmedia.....	7
4.3.3 Problemfokuserat innehåll.....	7
4.3.4 Undvikande som något positivt.....	8
4.3.5 “News-find-me”	8
4.4 Nyhetskonsumtion vid kris.....	9
4.5 Inomvetenskaplig problematisering	10
5. Teoretisk referensram.....	11
6. Syfte och frågeställningar.....	13
6.1 Syfte	13
6.2 Frågeställningar	13
7. Metod	14
7.1 Kvalitativ studie	14
7.2 Semi-strukturerade intervjuer.....	14
7.3 Urval.....	14
7.3.1 Respondenter.....	15
7.4 Intervjuguide	16
7.5 Datainsamling och databearbetning	16
7.6 Metodanalys	17
7.7 Forskningsetiska överväganden	17
7.8 Metoddiskussion.....	18

8. Resultat.....	19
8.1 Hur respondenterna tar del av nyheter.....	19
8.2 F1. Varför undviker vissa människor nyheter?	19
8.2.1 Nyheterna påverkar deras mående.....	19
8.2.2 Lokal närhet och konsumtionsförändring.....	20
8.2.3 Kritisk till nyheternas “pengadriv”, partiskhet och algoritmer.....	22
8.2.4 “The-news-is-out-there” och “news-find-me”.....	23
8.3 F2. Har individer som undviker eller valt bort traditionella nyheter ersatt det med något annat?	24
8.3.1 Vänder sig till annat innehåll än nyheter.....	24
8.3.2 Vänder sig till andra sätt ta del av nyheter	24
8.4 F3. Vad har nyhetsmedieundvikare för uppfattning av nyhetsrapporteringen från olika nyhetskällor?	25
8.4.1 Samma negativa nyheter	25
8.4.2 Nyheter om brott vs. true crime-poddar	25
8.4.3 Clickbaits.....	26
8.5 F4. Har respondenternas konsumtion förändrats under coronapandemin?	26
8.5.1 Konsumtion under pandemin	26
8.5.2 “Coronakurvan”.....	27
8.5.3 Framtida konsumtion.....	27
8.6 Övriga iakttagelser	28
8.6.1 Prestige i nyhetskonsumtion.....	28
8.6.2 Skulle de kalla sig för nyhetsmedieundvikare?	28
9. Analys.....	29
9.1 Nyhetskonsumtion.....	29
9.2 En inre rationalisering av brist på konsumtion.....	29
9.3 Misstro.....	30
9.4 “News-find-me” och “the-news-is-out-there”	30
9.5 En personligare nyhetsrapportering.....	31
9.6 Förändring av konsumtion.....	31
9.7 Konsumtion vid kris	32
9.8 Negativt innehåll	33
9.9 Att vara nyhetsmedieundvikare.....	33
9.10 Folk theories – folkets röster	34
9.10.1 Folk theory 1 - Det är okej att undvika nyheter från “världen utanför” om man mår dålig av dem	34
9.10.2 Folk theory 2 - Misstro till nyhetsmedia	35
9.10.3 Folk theory 3 - nyheterna är repeterande.....	35
10. Diskussion	36

10.1 Behov	36
10.2 Folk theories	37
10.3 Ambivalenta respondenter.....	37
10.4 Nyhetsundvikare eller nyhetsmedieundvikare	37
10.5 Reflektion kring arbetet.....	38
10.6. Förslag på vidare forskning.....	39
Referenser.....	40
Bilagor.....	43
Bilaga 1. Intervjuguide.....	43
Bilaga 2. Illustrerad intervjuguide.....	44

1. Inledning

En av journalistikens grundstenar är att rapportera om samhällsfrågor, men samtidigt som nyhetsutbudet ökar har antalet svenskar som undviker nyheter blivit fler, i alla fall om man ser till Reuters (2019) undersökning där de svenskar som ofta eller ibland väljer bort nyheter landar på 22 % (2019:26). Dock specificerar undersökningen inte om de syftar till alla nyheter, traditionella, etablerade eller nyheter från sociala medier. Stor del av den forskning som finns om nyhetsundvikare tittar endast på de som undviker nyheter från traditionella nyhetskällor i dess traditionella format som tv, tidning och radio. Vissa menar därför att nyhetsundvikare inte är så många som forskningen ofta anger, de föredrar bara att konsumera sina nyheter på annat sätt, via andra källor eller andra format.

I takt med att det digitala landskapet utvecklats har också möjligheten att konsumera efter egna preferenser blivit större. Att välja bort nyheter mot något annat har aldrig varit lättare än idag. På samma gång har det aldrig varit svårare att undvika nyheter, nyheter finns överallt i våra digitala flöden och blir därmed en allt större del av vårt vardagliga liv. Att individer inte tar del av nyheter och samhällsrapporteringen gör många forskare och journalister funder samma till vad detta kan betyda både på individnivå och på samhällsnivå. Många forskare pratar om det kunskapsglapp som växer mellan de som tar del av nyheter och dem som inte gör det (Strömbäck, 2015). Samtidigt har forskning visat att antalet nyhetssökare och antalet nyhetsundvikare har ökat med åren och därmed även glappet mellan dem (Strömbäck, Djerrf-Pierre & Shehata, 2013:424–425). Glappet kan innebära ett glapp i den kunskap som krävs för att till exempel ta välgrundade beslut i demokratiska val. Det kan också innebära en polarisering i värderingar (Weibull, Wadbring & Ohlsson, 2018:303) och verklighetsuppfattningar (Strömbäck, 2018).

Kunskap om politik och samhälle är en förutsättning för såväl demokratin som nyhetsindustrin, när nyheter tappar konsumenter tappar demokratin den informationsgrund som krävs för ett engagerat samhälle (Skovgaard & Andersen, 2020:459). Följande undersökning görs på uppdrag av SVT och SR för att undersöka varför människor väljer att inte ta del av nyheter från traditionella nyhetskällor och vad de har för åsikter kring nyheter från olika källor. Som public service-bolag ser SVT och SR problematiken i att inte nå ut till en stor del av befolkningen. Public service ska finnas till för hela befolkningen, vilket gör det viktigt för uppdragsgivaren att förstå fenomenet nyhetsundvikare. Genom en större förståelse för nyhetsundvikare skapas möjligheten att arbeta fram metoder för att nå ut även till dem. Då forskning har visat att journalistiken och dess publik har skilda tankar om hur de ser på nyckelelement i journalistiken, som till exempel transparens och noggrannhet (Palmer, 2019:331), kommer vi att undersöka nyhetsundvikare ur ett publikperspektiv - snarare än ett sändarperspektiv.

2. Bakgrund

2.1 Medierna idag

Mediernas utveckling har gått i en rasslande fart och i samband med digitaliseringen har utbudet ökat och människor har fått större möjligheter att konsumera efter sina egna preferenser (Wadbring, 2019:146). På många sätt pekar utvecklingen på något positivt, ett informationssamhälle där all information vi kan tänka oss ligger en sökning bort. Men det har också möjliggjort konsumtion som bekräftar individens egen världsbild. Alltså möjliggörs, för dem med ett intresse för nyheter, att konsumera dygnet runt. Samtidigt som de med mindre intresse för nyheter har stora möjligheter att välja bort nyheterna mot annat material (Ksiazek, Malthouse & Webster, 2010:552).

Ksiazek, Malthouse och Webster (2010) presenterar tidigare forskning som säger att den största effekten av det ökade valet är en polarisering av nyhetskonsumtionen (2010:553). I takt med att valmöjligheterna ökar, ökar också den sociala polariseringen kring kunskap såväl som värderingar (Weibull, Wadbring & Ohlsson, 2018:303). Strömbäck pekar på att olikheter i medieutbudet leder till selektivitet, och över tid kan detta innebära ett glapp, inte bara kunskapsmässigt utan även ett ökat glapp i människors grundläggande verklighetsuppfattning (Strömbäck, 2018). När individer söker sig till innehåll som bekräftar hens åsikter, bekräftas också hens uppfattning om verkligheten.

2.2 Nyhetskonsumtion och public service

SOM-institutets public service-mätning för 2019 visar tydliga skillnader bland åldrar i konsumtion av nyheter från public service-bolag. Bland åldersgruppen 16–29 år konsumerar endast 4 % av respondenterna Aktuellt eller Rapport dagligen, samtidigt som 26 % av åldersgruppen aldrig tar del av det. I åldersgruppen 65–85 år tar 69 % del av samma nämnda nyhetskälla dagligen medan 7 % aldrig konsumerar det. Undersökningen visar en stabil ökning av nyhetskonsumtion av public service i relation till respondenternas ålder. Konsumtionsskillnaden mellan åldrarna går att identifiera i samtliga nyhetskällor som undersöks med undantag för P3 Nyheter där konsumtionen mellan åldrar är mer jämnt fördelat (Falk, 2020:3).

Jämför man med mätningar från 2018 kan man se att samtliga nyhetsprogram som undersökts från SVT och SR har fått en ökning av personer som aldrig tar del av de nyhetsprogram de distribuerar. Till skillnad från SVT och SR har TV4 fått motsatta resultat där den grupp av personer som aldrig tar del av nyhetsinnehållet istället har blivit mindre jämfört med 2018 (Weissenbilder, 2019:3).

2.3 Hur många nyhetsundvikare finns det?

När man inom forskningen pratar om människor som väljer bort nyheter använder majoriteten begreppet nyhetsundvikare. Begreppet saknar dock en tydlig beskrivning och definitionerna skiljs åt. Det råder också delade meningar i hur en individ identifieras som nyhetsundvikare, vissa menar att det något man själv identifierar sig som och andra menar att det finns en tydlig gräns för vem som klassificeras som en nyhetsundvikare. Oftast benämns nyhetsundvikare som individer som sällan eller aldrig tar del av nyheter förmedlade via traditionella och etablerade nyhetskällor. En mer ingående beskrivning av definitionerna presenteras i kapitel 4.1, "Vad är en nyhetsundvikare?".

Reuters Institute Digital News Report från 2019 visar att 22 % av svenskar undviker nyheter ofta eller ibland. Siffran visar en liten ökning från tidigare år (2019:26), men trots att procentökningen kan verka låg ökar också antalet nyhetssökare och därmed även glappet mellan dem. Strömbäck, Djerrf-Pierre och Shehata (2013) undersökte mellan 1986 och 2010 om relationen mellan politiskt intresse och nyhetskonsumtion har förändrats över tid. Studien visar att både nyhetsundvikare och nyhetssökare har ökat med åren och kommer troligtvis fortsätta öka (2013:424–425). Statens medieråd

utför årligen undersökningen Unga & medier. Undersökningen från 2019 visar att 17 % av unga mellan 17–18 år inte tar del av nyheter (Statens Medieråd, 2019:63).

Merparten av den tidigare forskning vi tittat på fokuserar på undvikarnas konsumtion av traditionella nyheter från etablerade nyhetskällor. Få av dem undersöker nyhetsundvikande från andra typer av nyhetskällor som sociala medier, nyhetsbloggar eller nyhetspoddar. Wadbring nämner i Människorna, Medierna och Marknaden (2016), att om forskningen skulle ta hänsyn till alla medier, kanaler, program, plattformar i mätningen skulle färre människor räknas som nyhetsundvikare (2016:475), eller "sällankonsumenter" som hon föredrar att kalla dem.

2.4 Nyhetskonsumtion under Covid-19

I början av 2020 bröt en pandemi ut i världen och dominerade nyhetskanalerna. Att inte nämna en pågående pandemi i en undersökning om nyhetsrapportering vore omöjligt. Därför kommer undersökningen även titta närmare på ifall nyhetskonsumtionen och nyhetsundvikandet förändras under kris, ifall respondenternas nyhetsundvikande är något fast och statistiskt eller om det kan förändras om behovet skulle uppstå.

Mediebarometerens preliminära resultat för 2020 visar att svenskarnas nyhetskonsumtion ökade under coronapandemins början, både i traditionella och sociala medier. Ökningen har skett i alla åldersgrupper men framförallt bland den yngre publiken (Mediebarometern, 2020). SOM-institutet bekräftar ökningen i deras tvärsnittsstudie med temat Coronapandemin. Studiens resultat visar på stora förändringar vid konsumtion av public service-nyheter, där den grupp vars nyhetsanvändning hamnar på minst tre gånger i veckan nästan fördubblades, från 30 % till 57 %. Orsaken till att konsumtionen av public service-nyheter ökade kan förklaras genom att myndigheters direktsända pressträffar, som sänds genom public service-kanaler, blev mer frekventa (Andersson, 2020:2).

Att fler tog del av nyheterna under coronapandemins början gäller inte bara för Sverige. En studie från USA visar en ökning (66 %) av nyhetskonsumtion bland den grupp som tidigare ansåg sig "knappt lägga märke till" nyheter före pandemins start (Casero-Ripolles, 2020:4–5). Detta är inte unikt för coronapandemin, tidigare studier har visat att de allra flesta intensifierar och breddar sin nyhetskonsumtion vid kris. Mångas beteende förändras genom att ta del av fler nyheter och på flera olika kanaler, jämfört med vad de brukar göra (Odén, Djerf-Pierre, Ghersetti & Johansson, 2016:107–108).

3. Utomvetenskaplig problematisering

Det talas mycket om kunskaps- och engagemangsglappet mellan nyhetssökare och nyhetsundvikare och kopplingen mellan nyhetskonsumtion och politiskt intresse är väl etablerat inom forskningen. Engagemanget människor har för politik speglas av storleken på nyhetskonsumtionen som i sin tur påverkar deras kunskap inom området (Wadbring, 2016:468). En fungerande demokrati kräver en befolkning som är informerad och som med rätt information kan förhålla sig till politiken. Förutom kunskapsfrågan är känslan av samhörighet till samhället en viktig faktor som kan påverkas av nyhetsundvikande. Att ta del av medier, specifikt lokala medier, skapar en kontakt mellan individ och samhälle och ger en högre grad av samhörighet (Wadbring, 2016:470). Weibull, Wadbring och Ohlsson (2018) nämner att forskning inte har hittat något samband mellan nyhetskonsumtion i sociala medier och en ökad kunskap i samhällsfrågor, forskning har dock visat ett positivt samband mellan kunskap om samhället och användningen av traditionella nyheter (2018:280).

Att nyhetsundvikande har en påverkan på både individ och samhälle går därmed att konstatera, att undvika nyheter kan på individnivå ha en inverkan på känslan av samhörighet till samhället och engagemanget i politiska frågor. Det kunskapsglapp som sakta växer allt större mellan undvikare och sökare kan ge skiftningar i de kunskaper som behövs för att ta välgrundade beslut i en fungerande demokrati. I nästa kapitel presenteras vilken tidigare forskning som gjorts på området och avslutas med en inomvetenskaplig problematisering som presenterar de forskningsluckor som denna undersökning ämnar att fylla.

4. Tidigare forskning

Nedan följer en litteraturoversikt som tittar närmare på vilken uppfattning och attityd de som undviker nyheter har gentemot nyheterna. Syftet är även att få en större uppfattning om vad nyhetsundvikandet kan innebära på individnivå och på samhällsnivå. Vad driver en individ till att välja bort nyheter och vad kan orsakerna vara?

4.1 Vad är en nyhetsundvikare?

Skovgaard och Andersen (2020) delar upp nyhetsundvikare i två grupper, avsiktliga-nyhetsundvikare och oavsiktliga nyhetsundvikare beroende på vad de underliggande orsakerna till undvikandet är. De gör skillnad på de som aktivt undviker nyheter, avsiktliga nyhetsundvikare, och de som vänder sig till annat, mer underhållande innehåll än nyheter, oavsiktliga nyhetsundvikare (2020:463). Wadbring (2016) motsäger sig begreppet nyhetsundvikare och förespråkar istället begreppet "sällankonsumenter" av nyheter. Hon definierar sällankonsumenterna i sin undersökning som de som konsumerar nyheter mindre än två dagar per vecka (2016:472).

Det finns även de som använder sig av begreppet nyhetsmotståndare, individer som motsätter sig nyheter genom att aktivt välja bort allt, eller delar av det (Woodstock, 2014:845). I en studie från 2019 beskriver Wadbring en skillnad mellan nyhetsundvikare och nyhetsmotståndare. Hon menar att de som aktivt väljer att inte ta del av nyheter definieras som nyhetsmotståndare, medan de som föredrar annat innehåll framför nyheter definieras som nyhetsundvikare (2019:147).

Skovgaard och Andersens (2020) benämning och definition av avsiktliga nyhetsundvikare och Wadbrings nyhetsmotståndare motarbetar i ett visst avseende de strukturer och det sunda förnuft som ligger grundat i vårt samhälle - att konsumera nyheter för att hålla sig informerad. De måste hitta en balans mellan att fortsätta vara engagerade medborgare samtidigt som de, enligt till exempel Woodstocks (2014) resultat, begränsar nyhetskonsumtionen när de blir *för* överväldigande. Respondenterna i Woodstocks undersökning uttrycker skuld känslor kring att de inte konsumerar mer nyheter (2014:836). Wadbring (2016) beskriver detta som ett outtalad normativt kontrakt: "en medborgerlig plikt att ta del av journalistik och hålla sig á jour med vad som händer i samhället" (2016:465).

I kontrast till nyhetsundvikare hittar vi nyhetssökare, de som aktivt söker sig till och konsumerar nyheter. Enligt Edgerly, Vraga, Bode, Thorson & Thorson (2018) finns det flera kategorier av nyhetssökare och tre typer identifieras. "Traditional-news-only", "Curated-news-only" och "News omnivore". Curated-news-only kan i sin tur delas upp i två grupper till de som utformar sina flöden för att kunna ta del av nyheter och de som oavsiktligt exponeras till nyheter (2018:207). De som oavsiktligt exponeras för nyheter påminner i ett avseende om Wadbrings nyhetsundvikare och Skovgaard och Andersens oavsiktliga nyhetsundvikare, då de eventuellt föredrar annat innehåll än nyheter och via det innehållet oavsiktligt exponeras för nyheter.

4.2 Vem är en nyhetsundvikare

Den tidigare forskningen inom fältet nyhetsundvikare pekar på flertalet faktorer som påverkar om en individ tar del av nyheter eller inte. Förutom mediasystemet, finns andra socioekonomiska och sociokulturella faktorer som spelar roll för hur mycket nyheter enskilda individer konsumerar (Wadbring, 2016:469).

Forskning har presenterat olika resultat om vilka det är som undviker nyheter; Wadbring pekar på resultat som säger att unga, lågutbildade individer är mer benägna att undvika nyheter (2016:469). Medan merparten av Woodstocks (2014) deltagare benämns som välutbildade (2014:837). Toff och

Palmer (2019) menar i sin studie om könsskillnader i nyhetskonsumtionen i Storbritannien att kvinnor är mer benägna än män att säga att de undviker nyheter (2019:1576). Nedan följer en redogörelse av dessa faktorer.

4.2.1 Nyhetsundvikande - en fråga om utbildning

Att sociokulturella faktorer har en påverkan på individers nyhetskonsumtion diskuteras flitigt inom forskningen. Ofta diskuteras faktorer som klassposition och boendeort men även ofta utbildning. Den diskuterade påverkan på konsumtionen kan handla om vilken typ av nyheter man tar del av och från vilken källa samt i vilken mängd man konsumerar, beroende på vilket forskningsresultat man tittar på (Nord & Nygren, 2002., Sternvik, 2010).

Tidningsläsning har visat sig se olika ut beroende på utbildningsnivå. Förutom att läsning av dagstidningar är vanligare bland högutbildade så föredras oftast tidningar som DN och SvD av individer med utbildning från högskola eller universitet, medan individer med lägre utbildningsnivå oftast konsumerar kvällstidningar och Metro (Nord & Nygren, 2002:159). Woodstock (2014) nämner i sin undersökning att merparten av nyhetsundvikarna i studien var välutbildade (2014:837). Sternvik (2010) pekar på att klassposition, och därmed också utbildning, är av stor betydelse för hur och på vilket sätt man tar del av nyheter (2010:370) men hon menar att den främsta skiljelinjen finner vi i frågan om ålder och generationer.

4.2.2 Nyhetsundvikande - en generationsfråga

Tonåren är den tid i livet då personligheter och vanor utvecklas och definieras. Valenzuela, Bachmann och Aguilar (2019) bekräftar i sin studie att tonåren är en nyckelperiod i utvecklingen av människors informationsvanor och att vi som barn socialiseras för att bli nyhetsentusiaster eller nyhetsundvikare. De menar att familjekommunikationen har en direktpåverkan på tonåringars konsumtionsmönster av nyheter (2019:1108–1112).

Att unga konsumerar mindre traditionella nyheter än äldre har länge varit känt (Arkhede & Ohlsson, 2015:7), dock menar Pasek, Kenksi, Romer, & Jamieson (2006) att trots att dagens unga är mer utbildade och har bredare tillgång till information så har glappet mellan generationerna inte minskat (2006:127). Wadbring (2019) menar att det är unga som är mer benägna att undvika traditionella nyheter, detta på grund av att de är uppväxta med ett större utbud. Hon menar att de medier vi växer upp med tenderar att bli mer naturliga för oss (2019:150) och att generationer som är uppväxta med digitala medier inte är inskolade att använda analoga medier i samma utsträckning som en äldre generation.

4.2.3 Kvinnor eller män?

I en studie från Storbritannien presenterar Toff och Palmer (2019) de könsskillnader som finns mellan kvinnor och mäns nyhetskonsumtion. Kvinnorna i undersökningen uttrycker tankar som författarna placerar in i teman. Vanliga påståenden är de som platsar in i "news is for men"-temat, där kvinnorna ofta uttryckte att det är männen som intresserar sig för och konsumerar nyheter (2019:1569–1570). Uppfattningen av att "news-is-for-men" framkom ofta när deltagarna beskrev barndomserfarenheter och hur könsrollerna såg ut i deras uppväxt. Författarna menar därför att kvinnornas uppfattning om könsskillnader och nyhetskonsumering härstammar från de sociala strukturer som finns inbäddade i vårt samhälle (2019:1575).

4.3 Orsaker

Forskningen presenterar flertalet orsaker till nyhetsundvikandet, allt från medieutbud till inramningar och individuellt välmående.

4.3.1 Medieutbudets ökning

Skovgaards och Andersen (2020) benämning av oavsiktliga-nyhetsundvikare har sin grund i medieutbudets explosionsartade ökning som förändrat individers konsumtionsmönster (2020:465). De menar att de oavsiktliga nyhetsundvikarna har uppstått som en konsekvens av att det breda medielandskapet möjliggjort för de med större underhållningsbehov att välja ett annat, mer underhållande material (2020:460).

Forskning har också pekat på känslan av överväldigande som en orsak till nyhetsundvikande, där deltagare uttryckt att det finns för mycket innehåll för att kunna navigera sig i (Park, 2019:8). Park (2019) tittade i sin studie på nyhetseffektiviteten på sociala medier i Sydkorea, studien visade att överflödet av nyheter på sociala medier kan skapa en trötthet hos användaren vilket i sin tur leder till ett undvikande (2019:8) - ju större upplevd trötthet hos deltagarna, desto mindre benägna var de att läsa nyheten.

4.3.2 Förtroendet för nyhetsmedia

Reuters (2019) presenterar två anledningar till att människor undviker nyheter, en av dem är på grund av att det finns ett bristande förtroendet för nyhetsmedia (2019:26). Sverige har traditionellt setts som ett land med högt samhällsförtroende. De olika institutionerna har högt förtroende och studier visar att en klar majoritet av svenskarna är så kallade "höglitare". Internationellt sett är förtroendenivån i Sverige hög och har legat stabilt över lång tid. Radio/tv är en av institutionerna som hamnar högt upp på förtroendelistan medan dagspressen hamnar längre ner där antalet som har högt förtroende och antalet som har lågt förtroende är ungefär lika många (Andersson & Weibull, 2017:52–56).

SOM-institutets public service-mätningar för 2019 visar att kvinnor hade ett högre förtroende för public service än män samt att förtroendet ökar efter ju högre utbildning respondenterna hade. Bland de som hade ett lågt förtroende för public service var fördelningen jämn mellan de med högre och lägre utbildningsnivå (Falk, 2020:13–15).

4.3.3 Problemfokuserat innehåll

När man pratar om nyhetsundvikande pratar man ofta om nyheternas formulering, att de framförs med en negativ och problemfokuserad vinkel vilket också kan ha en negativ påverkan på konsumentens humör.

Enligt Reuters Institute Digital News Report från 2019 är en av de huvudsakliga orsakerna till nyhetsundvikande den negativa känsla som följer efter konsumtion av negativt nyhetsinnehåll. Studien visar också att känslan av maktlöshet och missförtroende för medier som två huvudsakliga orsaker (2019:26). SVT och SR beskriver detta i sin uppdragsbeskrivning som nyhetströtthet vilket kan orsakas av det faktum att nyheter ofta stannar vid problemformuleringar.

Skovgaard och Andersens (2020) benämning av avsiktliga nyhetsundvikare har sin grund i uppfattningen av att nyheter är för pessimistiskt och påverkar deras humör negativt, de menar att undvikandet beror på att de aktivt väljer bort informationen på grund av att de ogillar nyheter (2020:460). Den årliga undersökningen, Unga & Medier, som Statens Medieråd utför visade att 30 % av unga mellan 17 - 18 år upplever att de blir ledsna eller arga av nyheter (Statens Medieråd, 2019:63).

En nyhet som upplevs som negativ av en person behöver inte upplevas på samma sätt av en annan. Sociala, kulturella, individuella och samhällseliga faktorer bestämmer huruvida något upplevs negativt (Strömbäck, 2008:32).

Gieber (1955) definierar negativa nyheter som de nyheter som rapporterar om sociala konflikter och desorganisation. Han inkluderar även nyheter som handlar om internationella spänningar, brott, olyckor, katastrofer och samhällsstörningar i sin definition av negativa nyheter. På samma vis definierar Riffe (1993) negativa nyheter som nyheter vars huvudsakliga ämnen är kriminalitet, olyckor, katastrofer, internationella konflikter eller flyktingar (Gieber, 1955 refererad i McIntyre & Gibson, 2016:305., Riffe, 1993 refererad i McIntyre & Gibson, 2016:305).

Något som kan tillföra känslan att merparten av nyheter är negativa, är att människan tenderar att komma ihåg negativ information längre än positiv (Strömbäck, 2008:32). Numera finns det ett stort antal nyhetsmedier som enbart fokuserar på positiva nyheter. Trots att dessa nyhetsmedier oftast är små och med en enkel webbplats är antalet konsumenter högt (McIntyre & Gibson, 2016:304).

Mycket av det negativa nyhetsflödet som formuleras skuldbeläggs journalisterna och de journalistiska normerna då de negativa inramningarna argumenteras bero på att ny, mer spännande information prioriteras i skapandeprocessen. Trots att mycket forskning visar att negativa nyheter kan bidra till en känsla av maktlöshet och nyhetströtthet, visar annan forskning en efterfrågan av negativa nyheter.

Tidigare enkätstudier visar att publiken inte föredrar negativa inramningar, dock kan individer ha benägenheten att väga negativ information tyngre än positiv information. Trusslers och Sorokas studie bekräftar att förutom den journalistiska normen av negativa formuleringar spelar även publikens efterfråga roll, deras resultat tyder på att deltagare, oavsett vilka preferenser som anges i en undersökning, är mer benägna att konsumera negativt innehåll framför positivt (Trussler & Soroka, 2014:361–363).

4.3.4 Undvikande som något positivt

Woodstock (2014) använder begreppet “news resisters” i sin kvalitativa undersökning där hon undersöker varför vissa individer undviker nyheter. De intervjuade konsumerar nyheter i den mån att de håller sig informerade men uttrycker en oro att för mycket nyhetskonsumering kan innebära ett lägre politiskt engagemang då nyheterna lämnar människor med en känsla av maktlöshet och hopplöshet. Många av dem menar att detta hämmar engagemanget då de känner att de ändå inte kan göra skillnad (2014:845–846).

Deltagarna i undersökningen uppger att de känner sig lugnare och med mer energi sedan de begränsat sin nyhetskonsumtion samt en större vilja att göra skillnad. Vissa av respondenterna uttrycker att begränsandet av deras nyhetskonsumtion har gett dem en annan syn på människor, att de inte längre anser att människor är korkade och själviska (Woodstock, 2014:845–846).

4.3.5 “News-find-me”

“News-find-me”-uppfattningen, först etablerad av Gil de Zúñiga, Weeks och Ardévol-Abreu (2017), används även i Toff och Nielsens (2018) studie som ett tema som beskriver uppfattningen av att man inte behöver söka sig till nyheter - är de tillräckligt intressant kommer individen i fråga få reda på det ändå. Denna uppfattning talar till en Facebook-generation där man är fast i tron av att nyhetsflödet genererat från närstående kommer att bistå individen med viktig information och nyheter, att hen därmed inte behöver söka sig till det (2018:647).

Ofta handlar inte uppfattningen om att man inte är intresserad av vad som händer i världen, det handlar snarare om en övertygelse om att inte behöva söka sig till informationen då deras närhet eller övriga mediekonsumtion kommer att förse dem med den information de behöver för att hålla sig informerade

(Gil de Zuniga, Weeks & Ardévol-Abreu, 2017:107). Gil de Zuniga m.fl. (2017) menar därmed att "news-find-me"-uppfattningen inte kan klassas som undvikande av nyheter, det ska snarare ses som ett misslyckande av att söka sig till nyheter (2017:107). Ännu en uppfattning är "The-news-is-out-there" som i stället talar om en Google generation, att informationen finns där ute och om individen vill ta reda på den kan hen använda sökmotorer för att ta reda på det (Toff & Nielsen, 2018:647).

Resultatet från Gil de Zuniga m.fl. (2017) studie visade att respondenterna hade en missuppfattning om att de kan vara uppdaterade och välinformerade medborgare eftersom information och nyheter kommer till dem trots att de inte aktivt söker sig till den. Studien visar också att individer med denna uppfattning är mindre troliga att använda traditionella nyhetskällor, samt att de har mindre kännedom om samhällseliga och politiska frågor jämfört med de som inte tror att nyheter kommer hitta dem (2017:118).

4.4 Nyhetskonsumention vid kris

Under en kris ökar individers behov av information och detta informationsbehov resulterar ofta i en ökad nyhetskonsumention. Traditionella nyheter ses fortfarande som en medlare av information vid krissituationer, att titta på individers konsumentionsförändring vid kris blir därmed intressant i det avseende att det pågår en pandemi.

När kriser inträffar skapas akuta situationer som i sin tur skapar känslor av osäkerhet. Med osäkerheten ökar individers konsumention av nyheter, därav kan man också anta att befolkningens behov och beteenden förändras vid kris och vid andra händelser som sticker ut från den vanliga (Ghersetti & Westlund, 2013:541). Kriser kan utlösa olika känslor och den första reaktionen är vanligtvis att försöka ta reda på vad som har skett och vilken påverkan det har på individen själv. Nästa reaktion brukar vara att kontakta anhöriga och vänner för att försäkra sig om att alla är trygga. En tredje reaktion är sökandet av information från myndigheter (Ghersetti, 2018:39–40).

Dagspress, radio och tv har fortfarande en central roll när det kommer till kommunikation och information vid kris. Individer som tidigare kategoriserats som lågkonsumenter av nyheter söker sig därför vanligtvis till traditionella nyhetskällor för information (Odén m.fl., 2016:234). Beroende på kris och informationsbehov kan en individ gå från att vara lågkonsument till att vara högkonsument, från nyhetsundvikare till nyhetssökare. Något som både Mediebarometern och SOM-institutets studie om konsumention under coronapandemin bekräftar med sitt resultat som visar en ökning av nyhetskonsumention, främst inom public service-källor (Mediebarometern, 2020., Andersson, 2020:2).

Ghersetti (2018) identifierar två huvudsakliga kommunikativa behov vid kriser. Första behovet är att ta reda på så mycket som möjligt för att skapa sig en bild av situationen och dämpa sin oro. Det andra behovet är att prata med andra i sin närhet om krisen som har skett (2018:55). De behov som finns att kommunicera och att ta del av information under de första faserna av en kris förändras över tid. Faktorer som påverkar hur och hur mycket man konsumerar kan vara vilken typ av kris det är, hur långvarig den är, hur påverkad man är av den eller vilka medier som finns tillgängliga (2018:54).

Tidigare har information vid krissituationer främst förmedlats av nyhetsmedier och myndigheter som i sin tur har rapporterat till nyhetsmedier. Numera är det inte ovanligt att man får den första informationen från ögonvittnen som är på plats där krisen sker och delar med sig sina upplevelser via sociala medier. En förändring i vem som inledningsvis förmedlar ny information har ökat risken för felaktiga uppgifter och rykten. Konsekvenserna av detta kan innebära att olika demografiska och sociala grupper i samhället får olika information, vilket i sin tur kan leda till att tolkandet och agerandet från befolkningen varierar (Ghersetti, 2018:41–42). Ghersetti (2018) lyfter dock att sociala medier spelade en mindre roll vid de första faserna av Stockholmsattentatet 2017 då få personer fick vetskapen om attentatet via sociala medier. Trots att Stockholmsattentatet var en kris som gick att fånga på bild, till skillnad från till exempel coronapandemin, tyder detta på att sociala medier inte har

tagit över kriskommunikationen (2018:55). Nyhetsmedierna har fortfarande den primära rollen som initial medlare när en kris är på gång eller precis har skett (Odén m.fl., 2016:234).

4.5 Inomvetenskaplig problematisering

Inom forskningen saknas en tydlig beskrivning av begreppet nyhetsundvikare vilket gör att definitionerna skiljs åt och är svåra att jämföra. Forskningsfältet delar sig kring hur en individ identifieras som en nyhetsundvikare, vissa menar att det något man själv identifierar sig som och andra menar att det finns en tydlig gräns för vem som klassificeras som en nyhetsundvikare.

Edgerlys m.fl. (2018) definition av de nyhetssökare som oavsiktligt exponeras för nyheter hade i många andra studier klassificerats som nyhetsundvikare då deltagarna inte aktivt söker sig till nyheter. Woodstocks (2014) självidentifierade nyhetsundvikare hade i många enkätundersökningar klassificerats som nyhetssökare då de konsumerar nyheter i den mängd att de håller sig uppdaterade. Forskningen är överens om att nyhetsundvikandet inte är binär faktor där individen antingen tar del eller inte alls tar del av nyheter. Många kategoriserar istället nyhetsundvikare och nyhetssökare i olika grupper beroende på vilken grad man konsumerar nyheter.

Den tidigare forskningen pekar inte på några enskilda faktorer som kan kategorisera en nyhetsundvikare utan det presenteras flertalet faktorer som kan ligga till grund för undvikandet. Det går alltså inte att identifiera ett tydligt urval från den tidigare forskningen, allt beror på hur man valt att definiera begreppen, på vilket sätt man utfört undersökningen och såklart, vilka man undersökt.

Det har tidigare utförts forskning om människor som väljer bort nyheter men den största delen av forskningen är antingen kvantitativ eller utgår från ett internationellt perspektiv. Vi har inte funnit några tidigare svenska kvalitativa intervjustudier om nyhetsundvikare. Eftersom Reuters (2019) har klassificerat 22 % av den svenska befolkningen som nyhetsundvikare, är det intressant att undersöka svenska nyhetsundvikares tankar, behov och attityder. Genom att intervjua deltagare som själva anger att de ofta eller ibland aktivt väljer bort nyheter från traditionella nyhetskällor, ämnar vi att fylla forskningsluckan ur ett svenskt perspektiv och bidra till användningsforskningen genom en ökad kunskap och förståelse för respondenternas motiv och behov. Genom att titta på respondenternas tankar önskar vi skapa en större förståelse för begreppet nyhetsundvikare.

Att studera nyhetsundvikare ur detta perspektiv vore intressant ur ett journalistiskt perspektiv såväl som ur ett publikperspektiv, varför väljer vissa människor att inte ta del av ett visst innehåll.

5. Teoretisk referensram

För att förstå varför och hur människor konsumerar media är Uses and gratification theory, på svenska användarteorin, ändamålsmässig. Vi kommer att använda oss utav det svenska begreppet. Teorin utgår från att människor är en aktiv publik som använder media för sina egna syften och mål samt att media påverkar publiken olika. Publiken bygger på enskilda individer där alla har olika behov som tillfredsställs på olika sätt. Dessa behov kan till exempel vara tidsfördriv, social interaktion, avslappning, information eller verklighetsflykt (Ruggerio, 2000:28).

Det råder skillnader i hur aktiva individer är som mediekonsumenter, teorin kan därför vara användbar när man försöker förstå varför människor väljer att inte konsumera nyheter. Medieanvändning kan primärt beskrivas som instrumentell eller ritualiserad medieanvändning. Instrumentell medieanvändning syftar på individer som aktivt väljer medieinnehåll för att uppnå sina mål medan ritualiserad medieanvändning syftar på individer som passivt väljer medier av vana eller av orsaken att man vill fördriva tid (Rubin, 2009:170). Denna uppdelning av medieanvändningen kan jämföras med Skovgaard och Andersen (2020) uppdelning av nyhetsundvikare. Avsiktliga-nyhetsundvikare kan anses ha en instrumentell medieanvändning där de väljer aktivt vad de ska ta del av och inte ta del av medan oavsiktliga nyhetsundvikare har en mer ritualiserad medieanvändning där de vänder sig till annat innehåll än nyheter eventuellt på grund av tidsfördriv eller vana (2020:463).

Van den Bulck (2006) menar att konsumtion inte alltid speglar preferens, på samma sätt betyder inte icke-konsumtion ett undvikande, individen kanske bara föredrar annat material. Konsumtion representerar inte alltid vanor och preferenser två människor kan ta del av samma nyhetsrapportering där den ena tittar aktivt medan den andra tittar passivt i väntan på något annat (2006:236).

På samma sätt skiljer det sig hur individer uppfattar medieinnehåll, samma medieinnehåll behöver inte uppfattas på samma sätt. Individer såväl som deras uppfattningar är unika. Huruvida en person kan uppfatta ett innehåll som positivt eller negativt färgas av individens sociala och psykologiska faktorer. Till exempel är individens förutsättningar, miljön hen lever i och interpersonella interaktioner faktorer som formar förväntningar av media och medieinnehåll (Rubin, 2009:167).

Om man tittar på nyhetskonsumtion utifrån behov och motiv kan användarteorin fungera som ett stöd för att förstå nyhetsundvikandet. Eftersom teorin ser publiken som aktiva individer som utför aktiva val så kan man utifrån teorin undersöka vilka val en nyhetsundvikare gör, vilka förutsättningar de har samt vad de olika valen grundas i. Vilka behov som tillfredsställs av att konsumera och undvika samt vilka motiv som finns är frågor som kan analyseras med utgångspunkt i teorin.

Tidigare forskning har dock visat att anknytning till, eller undvikande av, nyheter ofta är emotionellt snarare än rationellt (Palmer, 2019:331., Woodstock, 2014). Användarteorin syftar till en mer rationell användning där användaren har ett behov som hen vill uppfylla. Då vi är intresserade av undvikande, brist på behov eller ett behov av att undvika, kan vi behöva anta ett mer öppet angreppssätt än vad användarteorin erbjuder. Folk theories tittar närmare på publikens/användarens tankar och attityder (Palmer, 2019:331) och kan vara ett hjälpsamt angreppssätt för att kartlägga en nyhetsmedieundvikarens tankar och uppfattningar om världen som i sin tur leder till ett beteende. Det finns inget vedertaget svenskt begrepp för Folk theories, vi kommer därför benämna angreppssättet efter dess ursprung, Folk theories.

Folk theories påminner om vetenskapliga teorier i det avseende att de är generaliserade synsätt på hur världen fungerar och vad den innehåller, vilket är grundat i praktik och fakta med avsikt att fånga upp mönster om vad som händer runt omkring oss. De är främst reflekterade över i samband med att man stöter på en avvikelse. Folk theories har därför ett induktivt angreppssätt där man inte har några uttalade ramar utan att mönster kan utläsas beroende på respondenternas svar. Folk theories skiljer sig från vetenskapliga teorier i det avseende att de inte är institutionaliserade påståenden, samt att de

tenderar att luta mer mot att möjliggöra handlingar snarare än att ackumulera kunskap (Nielsen, 2016:841).

Toff och Nielsen (2018) definierar Folk theories som kulturellt tillgängliga symboliska resurser som individer använder för att rationalisera sin nyhetskonsumtion (2018:637). Människors Folk theories beskriver alltså varje individs underförstådda sätt att tänka och rationalisera kring världen som i sin tur vägleder deras beteende (2018:639). Den behandlar allmänna föreställningar som syftar till att fånga mönstret av individers tankegångar och därmed också beteende, vilket ofta kan identifieras genom intervjustudier (Palmer, 2019., Nielsen, 2016., Toff & Nielsen, 2018). Alla har idéer om hur världen fungerar, Eslami m.fl. (2016) menar att Folk theories handlar snarare om normativa uppfattningar om världen som har utvecklats hos gemene man (2016:2372).

Toff och Nielsen (2018) använder sig utav Folk theories för att tyda resultatet från sin forskning om deltagare som inte frekvent konsumerar traditionella nyheter och vi ämnar göra detsamma. Genom respondenternas uppfattningar, attityder och tankar, uttalade eller underförstådda, önskar vi hitta mönster och teman i respondenternas svar, för att fånga upp gemensamma uppfattnings- och attitydsmönster. De tema som Toff och Nielsen (2018) identifierar i sin studie är de tidigare nämnda "news-find-me" och "the news is out there". Deltagarna gav även uttryck för ännu ett tema: "i don't know what to believe" som syftar till ett skeptiskt sätt att tänka om nyheter. Det behandlar dels förtroende för medier, men även det faktum att många källor förmedlar olika saker vilket resulterar i att mottagaren inte i slutändan vet vem hen ska tro på (2018:649).

Eftersom Folk theories är en del av respondenternas inre dialog och deras inre rationalisering för sitt beteende, bör de komma upp naturligt under intervjuerna. Palmer (2019) upptäckte att respondenternas Folk theories oftast kom upp av sig själv, alternativt när hon ställde följdfrågor eller bad dem utveckla sitt svar (2019:333).

"Analysis of folk theories like these provides important insight, not narrowly into what people do with media, but into what it means." - Toff & Nielsen, 2018:637.

6. Syfte och frågeställningar

Med avstamp i tidigare nämnd forskning och problematik har följande syfte och frågeställningar formulerats. Studien ämnar undersöka varför människor väljer att ofta eller ibland avstå från nyheter från traditionella nyhetskällor. Traditionella nyheter definieras härmed som en händelse som är rapporterad från en etablerad nyhetskälla.

Vi särskiljer på nyhetsundvikare och nyhetsmedieundvikare, där nyhetsundvikare är de som undviker nyheter överlag, oavsett källa, medan nyhetsmedieundvikare undviker nyheter specifikt från traditionella medie- och nyhetskällor. Vi vill titta närmare på de som undviker nyheter från traditionella nyhetskällor, vi kommer från och med nu benämna dem som nyhetsmedieundvikare.

6.1 Syfte

Syftet är att undersöka varför människor väljer att ofta eller ibland avstå från traditionella nyheter genom att skapa en förståelse för de resonemang, avsikt och behov en nyhetsmedieundvikare har.

6.2 Frågeställningar

F1. Varför undviker vissa människor nyheter?

Vad har respondenterna för skäl/motiv till att undvika nyheter? Vad har individen för avsikt, finns det någon medveten avsikt? Hur resonerar respondenterna kring sin användning eller brist på användning?

F2. Har individer som undviker eller valt bort traditionella nyheter ersatt det med något annat?

Vad gör individen istället för att konsumera nyheter från traditionella nyhetskällor, vänder respondenterna sig till andra nyhetskällor eller väljer de sig till andra aktiviteter?

F3. Vad har nyhetsmedieundvikare för uppfattning av nyhetsrapporteringen från olika nyhetskällor?

Hur ser respondenterna på sättet att rapportera nyheter och kan de koppla det till sin egen nyhetskonsumtion?

F4. Har respondenternas konsumtion förändrats under coronapandemin?

Kan respondenterna se en skillnad i sin nyhetskonsumtion? Har nyhetskonsumtionen förändrats under krisens gång, minskat eller ökat sedan starten? Har krisen gjort att respondenterna undviker traditionella nyheter i mindre utsträckning än innan?

7. Metod

7.1 Kvalitativ studie

Genom att utföra studien ur ett kvalitativt forskningsperspektiv tillåts vi samla in kunskap om respondenternas sätt att förstå och uppleva förhållanden i vardagslivet. Detta kan ge kunskap om händelser men också vilken mening respondenterna tillskriver aktiviteter, vilket är det vi är intresserade av (Ekström & Johansson, 2019:102).

Valet av en kvalitativ ansats relateras också till vårt val att titta närmare på respondenternas Folk theories. För att närma oss nyhetsmedieundvikarnas inre rationalisering och förstå deras brist på användning krävs en tillgång till respondenternas meningstillskrivande, vilket en kvalitativ ansats kan erbjuda. Anledningen till att vi tittar på Folk theories snarare än andra, mer välkända sätt att närma sig ett forskningsproblem, är för att vi ska kunna jämföra vår undersökning med tidigare undersökningar som har gjorts om nyhetsundvikare. Både Palmer (2019) och Toff & Nielsen (2018) använde sig utav Folk theories för att titta närmare på intervjudeltagare som inte frekvent konsumerar traditionella nyheter.

7.2 Semi-strukturerade intervjuer

Genom semi-strukturerade individuella intervjuer där frågeställningen är samma men deltagaren får svara fritt blir intervju svaren unika för varje intervjuperson (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2012:228) och vi kan därmed få en djupare förståelse kring vad som driver enskilda nyhetsmedieundvikare. Genom ett öppet samtal kan vi få ta del av autentiska erfarenheter, upplevelser och känslor hos respondenterna (Ekström & Johansson, 2019:101). Under samtalsintervjuerna skapas även möjligheten att få oväntade svar vilka man sedan kan följa upp och utveckla ytterligare (Esaiasson m.fl., 2012:251).

I samtalsintervjuundersökningar är det inte intervjupersonerna som står i centrum utan de uppfattningar och tankar som intervjupersonerna ger uttryck för. Då vårt syfte är att undersöka och skapa en större förståelse till varför människor väljer att undvika nyheter behöver vi kartlägga de olika uppfattningar som finns bland undvikarna. Intervjun är därmed en nödvändig förutsättning för att kunna identifiera respondenternas Folk theories.

Vår undersökning grundas i den empiri som utvinns från våra intervjuer med avsikt att tillföra något till den empiriska verkligheten, vår ansats blir därför induktiv. Vi ämnar utföra en undersökning med en lika utfalls-design där vi använder en teori för att tolka våra resultat, användarteorin, och en annan för att kartlägga respondenternas tolkningar, Folk theories (Esaiasson m.fl., 2012:114–115). Studien förväntas ge en större förståelse kring varför individer undviker traditionella nyheter samt identifiera gemensamma och unika faktorer för undvikandet.

7.3 Urval

Nyhetsundvikande är inte en binär faktor, det är inte så att antingen är man nyhetsundvikare eller så är man inte det. Då den tidigare forskningen inte presenterar ett självklart urval utan att olika individer, grupper och faktorer identifierats, har istället urvalsfrågor formulerats för att hitta adekvata intervjudeltagare.

Med inspiration från Reuters studie använder vi oss av frågan “Händer det att du ofta/ibland väljer bort nyheter?”, svarade de “ja” på frågan ansåg vi dem vara kvalificerade för undersökningen. Vid ett svar som varken kunde tolkas som ”ja” eller ”nej” ställdes även frågan “Kan du beskriva din nyhetskonsument?”. Utifrån de tillfrågades svar gjordes individuella bedömningar om de är lämpliga

för studien eller inte. Bedömningen gjordes efter hur de beskrev sin nyhetskonsumtion, vilka medier de använde för att ta del av nyheter samt om de redan i inledningsfasen uttryckte kritik eller missnöje gentemot ett visst nyhetsmedium eller nyhetskälla. Om de tillfrågade aktivt nämnde att de väljer bort vissa nyheter från etablerade nyhetskällor samt att de i största utsträckning valde andra nyhetskällor än etablerade nyhetskällor gick vi vidare med dem i undersökningen.

Vi vill titta på de som aktivt undviker någon form av traditionella nyheter. Forskningsresultat har visat att avsikt inte alltid speglar faktiskt konsumtion och att självuppskattning av medieexponering ofta är felaktig (Strömbäck, 2017:562), detta är dock inget vi behöver bekymra oss för då vi vill undersöka avsikt och attityd snarare än beteende och faktiskt användning. Eftersom nyhetsundvikare är en minoritet används även ett snöbollsurval för att identifiera fler intervjupersoner. Där tar man hjälp av redan identifierade deltagare för att kunna ta kontakt med ytterligare relevanta intervjudeltagare (Ekström & Johansson, 2019:114). Vi är väl medvetna om att nyhetsundvikare inte har något "community" där de träffas och samlas, men då människor har en tendens att omge sig av likasinnade (Wadbring, 2016:471), är chanserna större att de känner en person som också undviker traditionella nyheter.

För att börja hitta intervjupersoner ställde vi urvalsfrågan i våra personliga nätverk, på sociala medier, i bostadsrättsföreningar och andra nätverk vi kunde hitta, där fick vi kontakt med många av respondenterna, de andra hittade vi genom det så kallade snöbollsurvalet där vi blev tipsade genom något av tidigare nämnda nätverk.

7.3.1 Respondenter

Tabell 1. Respondenter i undersökningen

Respondent	Ålder	Intervjutyp
1	27	Videosamtal
2	27	Personlig
3	37	Personlig
4	27	Personlig
5	31	Personlig
6	53	Personlig
7	26	Videosamtal
8	28	Personlig
9	25	Videosamtal
10	24	Videosamtal

7.4 Intervjuguide

För att genomföra våra intervjuer formulerades en semi-strukturerad intervjuguide med 4 tillhörande teman, "Livsstilsfrågor", "Nyhetskonsumtion", "Nyhetsattityd" och "Covid-19". Guiden är uppbyggd kring huvudfrågor och ska fungera som ett instrument eller verktyg för att besvara studiens syfte och frågeställningar. Intervjufrågorna är korta, utan akademisk jargong för att intervjupersonen lätt ska förstå frågan så att intervjun flyter på utan onödiga avbrott (Esaiasson m.fl. (2012:264). Då ämnet om nyhetsundvikare kan vara känsligt och tabubelagt undviker vi att starta frågor med "varför". "Varför-frågor" har en tendens att ge intervjun en karaktär av ett läxförhör (Esaiasson m.fl. 2012:265) och intervjupersonen kan gå in i försvarsläge.

För att få fram mer utförliga svar används uppföljningsfrågor till de tematiska frågorna. På detta vis ges intervjupersonen möjligheten att utveckla sina svar mer detaljerat (Esaiasson m.fl. 2012:265). Relationen mellan forskningsfråga och intervjufråga är central för studiens kvalitet (Ekström & Johansson, 2019:114) därför är varje intervjufråga noga analyserad och genomtänkt för att bidra till studiens syfte.

Intervjuguidens första tema, "Livssituation" fungerar dels som en uppvärmning till intervjun, och dels som kompletterande bakgrundsinformation. I studiens urval har vi inte ställt några andra frågor än urvalsfrågan och det är först nu vi samlar in information om respondenternas livssituation, deras politiska intresse, sysselsättning och boendesituation för att lättare kunna ställa följdfrågor. Intervjuns övriga teman har en tydlig koppling till studiens frågeställningar. Tema "Nyhetskonsumtion" kopplas samman till F1 och F2 där vi ämnar titta på varför människor undviker nyheter och om de ersatt konsumtionen med något annat. Temat "Nyhetsattityd" syftar till F3 som ämnar till att titta närmare på om vad respondenterna har för åsikt om sättet att rapportera nyheter. Tema fyra, "Covid-19" härstammar från F4 och undersöker huruvida respondenternas nyhetskonsumtion förändrats i och med coronapandemin.

Intervjuguidens frågor använder inte begreppet nyhetsmedieundvikare, istället formuleras frågorna efter formuleringen "tar du/tar du inte del av...". Intervjun avslutas dock med frågan om de själva skulle kalla sig för nyhetsmedieundvikare.

Intervjuguiden återfinns i sin helhet i bilaga 1 och 2.

7.5 Datainsamling och databearbetning

Fyra av intervjuerna genomfördes via olika former av videosamtal medan resterande utfördes öga mot öga mellan en intervjuare och respondenten, i dessa fall fanns den andra författaren med via videolänk. Skillnaden mellan intervjuerna har sin grund i den rådande situationen, i de fall där både författare och respondent var bekväma med ett personligt möte, togs beslutet att intervjun kunde utföras öga mot öga, med stor hänsyn till den sociala distanseringen. Varje intervju utfördes på en plats som var bekväm för intervjupersonen utan yttre störningsmoment. Resterande intervjuer utfördes via videosamtal där båda författarna deltog tillsammans med respondenten.

För att underlätta intervjun och samtalet beslutades att en av författarna blev primär intervjuare och ställde merparten av frågorna medan den sekundära intervjuaren inflikade om några fler frågor uppkom. Intervjuerna varade i cirka 20–45 minuter vardera och följde intervjuguidens utformning.

Efter varje intervju följde transkriberingen av materialet, vi valde att utföra transkriberingen så nära in på intervjun som möjligt så att kroppsspråk och sådant som inte kan spelas in via en röstinspelning antecknades när det fortfarande var färskt i minnet. Efter transkriberingen följde en sammanställning av varje enskild intervju där teman, mönster och koppling till tidigare forskning kunde identifieras och kartläggas. Denna typ av analys påminner om Jensens analysbeskrivning i Metodpraktikan (Esaiasson

m.fl., 2012:270–271), där man först grundligt går igenom materialet, sammanfattar det och till sist kategoriserar det.

Efter identifieringen sammankopplades alltså de identifierade temana till respondenternas citat och slutligen sorterades de identifierade temana så att de besvarade studiens frågeställningar. Större delen av databearbetningen skedde gemensamt så att inte en individs tolkningar skulle vara slutgiltiga.

7.6 Metodanalys

Hur vi operationaliserar är av stor vikt för vilka resultat vi kommer fram till och hur säkra vi i slutändan kan vara på våra resultat (Esaiasson m.fl., 2012:55). Genom att ställa frågor där respondenten själv kan reflektera och diskutera över sina svar skapas möjligheten för uttömmande svar. För att säkerställa att frågorna i intervjuguiden fungerar som tänkt och skapar denna typ av självreflektion utfördes testintervjuer. På så vis kunde vi upptäcka vilka delar i intervjuguiden som behövde modifieras, vi kunde även få en känsla av hur frågorna kunde ställas och vilka följdfrågorna som kunde vara bra att tänka på. Genom att genomföra testintervjuer kunde vi säkerställa att kvalitén på intervjuerna höll en jämn nivå.

Validitet och reliabilitet är fundamentalt för det vetenskapliga arbetssättet. Ekström & Johansson (2019) använder begreppen giltighet och tillförlitlighet när de pratar om validitet och reliabilitet. För att ett argument ska vara giltigt ska det ha med saken att göra och tillförlitlighet innebär att de uppgifter som framkommer är riktiga (2019:13). Giltigheten i vår studie stärker vi genom att, som tidigare nämnt, forma intervjufrågorna så att de fångar upp det som vi vill ha svar på samt att vi testat dessa frågor genom testintervjuer.

Vi har utgått från vårt syfte och våra frågeställningar vid utformning av intervjufrågorna. För att stärka tillförlitligheten såg vi till att alla intervjuer hade samma förutsättningar genom att vi var väl förberedda och engagerade i varje intervju. Vi lade stor vikt i att båda skulle närvara vid intervjun för att kunde se till att den primära intervjuaren inte missar en fråga eller ett perspektiv. Att båda deltar i varje intervju är av stor vikt när det kommer till tolkning av svar och kroppsspråk. På detta vis kan transkribering och tolkning av empirin kontrolleras. Då tolkning är en aktiv process som bygger på forskarens förförståelse kunde vi, genom att vara lika delaktiga i datainsamlingen, säkerhetsställa att en enskild författares upplevelser och uppfattningar inte var avgörande (Ekström & Johansson, 2019:14).

Då vi ämnar identifiera, jämföra och analysera grundläggande orsaker till att människor undviker nyheter, ligger inte vårt fokus hur vanligt eller ovanligt förekommande dessa orsaker är utan snarare hur grundläggande de är. Därav har vi endast möjlighet och ambition att utföra generaliseringar på teoretisk nivå (Ekström & Johansson, 2019:17).

7.7 Forskningsetiska överväganden

Innan varje intervju presenterades en redan formulerad inledning som informerade respondenterna om att undersökningen gjordes på uppdrag av SR och SVT samt studiens syfte. Introduktionen innehöll information om respondentens anonymitet i undersökningen samt att intervjun kommer spelas in och även att den hanteras konfidentiellt. Informerat samtycke betyder att man informerar deltagaren om undersökningens syfte, genom att informera om studiens upplägg ges också möjligheten att dra sig ur om deltagaren skulle vilja (Kvale & Brinkman, 2019:107).

Begreppet nyhetsmedieundvikare kan ha en negativ klang då nyhetskonsumtion ofta ses som en samhällelig skyldighet för att hålla sig uppdaterad och engagerad i samhället. En person som undviker nyheter behöver nödvändigtvis inte se sig själv som en nyhetsmedieundvikare eller nyhetsundvikare.

Vi bör därför närma oss ämnet och använda ordet med försiktighet, så att respondenterna inte känner sig påhoppade. I en intervjuundersökning är det viktigt att etiska frågor beaktas från början då de förekommer under hela undersökningen (Kvale & Brinkman, 2019:99). Förutom att vi tar hänsyn till etiska frågor i vårt intervjumaterial så utformades även urvalsfrågan på samma vis, frågan utformades i form av att personen i fråga *gör* något snarare att denne *är* något.

7.8 Metoddiskussion

Alternativt hade intervjuerna kunnat ske i fokusgrupper, vilket hade kunnat utveckla diskussioner, ge fler perspektiv samt öka tidseffektiviteten. Social interaktion kan bidra till viktig kunskap samt ge kunskap som inte hade uppkommit utan en gruppinteraktion (Ekström & Johansson, 2019:125). Genom reaktioner, att deltagarna håller med eller säger emot varandra hade vi eventuellt få en ännu djupare förståelse. Med fokusgrupper som intervjuform hade dock vår styrande roll som intervjuare minskat (Esaiasson m.fl., 2012:319), på både ett positivt och negativt sätt. Positivt i den bemärkelsen att respondenternas samtal hamnar i centrum och vi som författare hamnar i bakgrunden. Negativt i den bemärkelsen att man inte har samma möjlighet att styra tillbaka respondenterna om de skulle hamna på sidospår.

En fokusgrupp hade eventuellt inneburit att respondenterna hade påverkats av varandra, på både gott och ont. Positivt i den bemärkelsen att respondenterna tillsammans kanske hade utvecklat varandras tankar, men det hade även kunnat innebära att någons tankar och Folk theories hade försvunnit i situationen. Då nyhetsanvändning ofta är kopplat till viss prestige finns risken att samtal i grupp hade påverkat de individuella svaren och bidragit till att svaren förskönas för att stämma överens med övriga respondents användning. För att fånga upp varje respondents inre tankar och rationaliseringen krävs ett enskilt samtal där en individs tankar är i centrum.

Alla forskningsmetoder har sina för- och nackdelar. Intervjuer möjliggör en djupare förståelse då man kan anpassa frågorna till varje individuell respondent och erbjuder primärdata direkt från källan (Björklund & Paulsson, 2012:72). Däremot kan intervjuer också vara tidskrävande vilket gör att man enbart kan intervju ett fåtal respondenter. Men för att komma åt respondenternas Folk theories ansåg vi att enskilda samtal var vägen att gå. Den utarbetade intervjuguiden är utformad för att komma åt såväl respondenternas avsikter och attityder som deras behov och Folk theories, men för att komma till underfund men det underliggande måste vi först ta hänsyn till konsumtion. Därför återfinns flertalet konsumtionsfrågor i guiden, dock fungerar dessa som en ingång till vilka tankar och resonemang som ligger bakomliggande.

Ytterligare en faktor som gör att valet av fokusgrupp väljs bort är den rådande situationen som gör att vi inte utföra en traditionell fokusgrupp där man sitter i grupp och diskuterar. Fokusgruppen hade i sådana fall fått ske via videokonferenser vilket vi inte ansåg var optimalt. En intervju är en social interaktion och precis som i andra samtal är det inte bara ord som kommuniceras utan även kroppsspråk (Ekström & Johansson, 2019:118). Vi hade därför för avsikt att i största möjliga mån träffa våra intervjupersoner personligen för att kunna ta del av allt som kommuniceras. Vi anser att reliabiliteten stärks då man undviker kommunikationsmissar och risker för tekniska problem som kan uppstå vid ett virtuellt möte. Dock, med rådande situation gällande covid-19, begränsar gällande restriktionerna oss i möjligheten till personliga möten. Både våra egna och deltagarnas preferenser till social distansering var en faktor som vi tog stor hänsyn till.

8. Resultat

Nedan följer en presentation av undersökningens resultat. Efter en kort presentation om hur respondenterna tar del av nyheter är resultatet uppdelat i relation till studiens frågeställningar och avslutas med en presentation om vad respondenterna har för tankar om nyhetskonsumtion och nyhetsmedieundvikande.

8.1 Hur respondenterna tar del av nyheter

När respondenterna ombads beskriva sin nyhetskonsumtion såg deras konsumtion vitt skilda ut. Några tog endast del av nyheter via närstående, andra via sociala medier, en uppgav att hen endast tog del av "toppnyheterna" från startskärmen via hens iPhone. Det fanns även de som uppgav att de stundvis tar del av traditionella nyheter, men att de i sådana fall valt ut en specifik nyhetskälla och aktivt valt bort resten, ofta på grund av reklam. Respondent 3 tog endast del av nyheter via en text-tv applikation i telefonen och respondent 8 tog endast del av nyheter från SVT och har valt bort alla kommersiella nyhetskällor. Gemensamt för alla respondenter är att de på något sätt ofta väljer bort nyheter i någon form från traditionella nyhetskällor.

Några av respondenterna uppgav att de fick merparten av sina nyheter via sociala medier som Facebook och Instagram, en respondent nämnde även Twitter. Vissa utformade aktivt sitt flöde efter de samhällsfrågor de var intresserade av, medan andra uppgav att de går in och läser om någon delar en nyhet som de finner intressant. Några av respondenterna uppgav även att de var mer benägna att läsa nyheter på sociala medier än på andra sätt. Respondent 6 uttryckte att det antagligen var på grund av lättheten, att nyheter på sociala medier lätt kunde fånga upp hen när hen satt och scrollade. Respondent 7 nämnde att om flera influencers tar upp och pratar om samma nyhet så vore hen mer benägen att läsa om det, att det då skulle kännas som att det var en "big deal". Hen fortsätter och säger att det är en fördel om flera personer delar samma nyhet, då blir det mer intressant.

Många uppgav att ett totalt undvikande av traditionella nyheter är omöjligt, det faktum att det kommer upp länkade nyhetsartiklar i deras sociala flöden och löpsedlar på promenaden förbi den lokala ICA-butiken. Vissa av respondenterna uppgav att de ansåg att det var en del av deras arbetsuppgift på arbetsplatsen att ta del av lokala nyheter, trots att de inte officiellt ombetts göra det.

8.2 F1. Varför undviker vissa människor nyheter?

Respondenterna uttryckte flertalet anledningar till sitt undvikande, både ordagrant och mellan raderna. Identifierbara teman av orsaker till undvikandet var: hur nyheter får dem att känna eller att de på något sätt är kritiska till nyheterna. De resonerade ofta kring sin brist på användning genom att de kommer få reda på det ändå eller att de kan ta reda på det själva om de vill.

8.2.1 Nyheterna påverkar deras mående

En återkommande uppfattning hos respondenterna var att deras mående påverkas av konsumtionen av nyheter. Flertalet beskrev att konsumtionen hade en direkt negativ påverkan på deras mående och att konsekvensen av detta blev en minskning i konsumtionen eller att de slutade konsumera helt. Respondent 4 beskrev att hen mest blir påverkad av nyheter inom ämnen som hen bryr sig mycket om, hen har därför valt att minska och styra det innehåll som ger en negativ påverkan på måendet.

“Man får ju en äcklig känsla i kroppen och känner att ångesten kryper på. Och det dyker upp överallt, på alla flöden överallt, hela tiden och det är nästan så jag vill lägga ifrån mig telefonen för jag vill inte läsa mer. Jag klarar inte av det.” - Respondent 4

Respondenten beskrev samtidigt att hen format sitt informationsintag för att det ska innehålla sådant som hen tycker är viktigt, samhälle, miljö, jämställdhet, men att det också är det som får hen att känna ångest och bli överväldigad, att det är för mycket att ta in. Respondenten uttryckte att detta överväldigande kan resultera i att hen måste ta en paus från sin telefon och dator för att återhämta sig. Respondent 6 uttryckte att hen medvetet undviker nyheter för att hen upplever det deprimerande. Ju äldre hen har blivit desto mer har hen valt bort nyheter och väljer istället innehåll som gör hen glad och beskriver detta själv som “gubbåldern”.

“Kommer det nyheter på tv så väljer jag att byta kanal. Jag orkar inte se det, det är bara deprimerande. Det är bara tråkigheter hela tiden, det är väldigt sällan man blir väldigt glad av att läsa, det tycker jag.” - Respondent 6

Respondenterna uttrycker en medvetenhet i vilka nyheter som kan framkalla negativa känslor hos dem. De har lärt sig vilket innehåll som påverkar dem negativt och kan därmed justera sitt informationsflöde för att undvika det. Respondent 7 och respondent 10 rationaliserar sitt konsumtionsbeteende genom att peka på det faktum att de inte kan påverka eller lösa problemen det rapporteras om, de resonerar att deras konsumtion därför kan ses som onödig och väljer bort innehållet. Flera respondenter nämner geografiska platser som långt ifrån dem själva och därmed inte något de nödvändigtvis måste ta del av. Respondent 6 nämner att hen inte alltid orkar ta reda på vad som händer ”på andra sidan jordklotet” och respondent 10 nämner att hen inte nödvändigtvis behöver veta vad som händer i Kongo.

“Jag känner så ibland att jag inte tycker om att läsa nyheter som jag vet att jag inte kan göra så mycket åt.” - Respondent 7

“Det är så många saker som jag blir upprörd över, som jag inte har någon kontroll över eller något intresse för, och då känns det onödigt helt ärligt. Det låter jättesjälviskt men då är det lite onödigt, känner jag, att gå in och liksom utsätta mig själv för det här.” - Respondent 10

8.2.2 Lokal närhet och konsumtionsförändring

Flera av respondenterna uppgav att de var intresserade av vad som händer i deras lokala närhet. Som respondent 3 beskrev i sin intervju “ju närmare du är desto mer vill man ju veta”. Respondenten fortsätter att berätta om ett brott som skett i hens närhet en tid tillbaka, hen beskriver en “nästan maniskt” konsumtion där hen ville ta reda på vad som hänt.

“Jag har en liten tendens och bli manisk i vissa saker. Så att då snöar jag mig in, nu var ju det här en hemsk händelse, då var det grannen här precis bredvid. Då blev det att man satt och läste

förundersökningar. Då hade vi igång Aftonbladet, P4 Väst, GT och Expressen och alla de här, och Bohusläningen... Då var det reporter på plats som skrev vad som hände i rättssalen, en återgivning av det som händer där och då.” - Respondent 3

Även respondent 2 tog självmant upp samma brott, hen var chef på samma jobb som gärningsmannen tidigare var anställd på.

*“Till exempel att hon (offret) fortfarande inte är hittad och han (gärningsmannen) jobbade ju hos oss. Så då försökte jag ju kanske läsa igenom stora delar av Flashback, men mest för att få reda på vart folk har letat eller vad som står i domarna och förhören osv. För att på något sätt kanske tänka om han kan ha åkt ut till *censurerad arbetsplats*, ‘vafan kan det vara runt *censurerat företag*.’”
- Respondent 2*

Bägge respondenter tog själva upp brottet som en händelse där deras nyhetskonsumtion förändrats. Konsumtionen kunde i några avseende påminna om hur konsumtionsbeteendet kan förändrats vid kris. Som tidigare nämnt i den tidigare forskningen, är det första fasen i många fall att ta reda på vad som hänt, detta kan kopplas till respondents 2 maniska konsumtion. Respondent 2 beskrev att hen, som före detta chef till gärningsmannen, letade information ifall arbetsplatsen kunde vara en viktig plats för utredningen, vilket påminner om den fas som handlar om konsumtion för att ta reda på hur krisen påverkar individen själv.

Några av respondenterna kunde uppge en direkt tidpunkt eller livshändelse när deras nyhetskonsumtion förändrades. Respondent 5 uppger att hen var långtidsarbetslös vid tillfället och respondent 4 uppger att hen förändrade sin nyhetskonsumtion efter en “utbrändhet”. Båda respondenter förändrade sin konsumtion i relation till händelser i deras liv. Respondent 5 gav uttryck för att hen inte kände sig som en del av samhället längre, att det därmed berörde hen inte längre, medan respondent 4 förändrade sin konsumtion för att bli en del av samhället igen genom att försöka styra det innehåll som påverkat hen, alltså genom att minska konsumtionen.

“Det är så är mycket fel i världen. Så här har jag känt dom senaste åren, innan var det så att jag tog in allting. Men dom senaste åren, efter att jag blev utbränd och gick igenom lite stress, har jag försökt hantera det bättre och styra sådant jag blir påverkad av bättre. För jag märker att jag blir väldigt påverkad av det jag tycker är viktigt.” - Respondent 4

“Jag var så långt utanför samhället just då, 2010. Jag var arbetslös och Reinfeldt pratade om Fas 3 och jag var på väg in dit. Jag kände väl kanske att det berörde mig ännu mindre då.” - Respondent 5

Respondent 2 uppgav att hen förändrade sin konsumtion beroende på tidpunkt, är det i närheten av politiska val ökade konsumtionen av traditionella nyheter för att få en uppfattning om vad hen skulle rösta på.

“Så det har väl med tid att göra, runt val och så vidare är jag mer politiskt insatt men när det inte är något val och inte händer så mycket så bryr jag mig inte.” - Respondent 2

8.2.3 Kritisk till nyheternas “pengadriv”, partiskhet och algoritmer.

En generell uppfattning av att man inte kan lita på nyhetsmedias partiskhet framkom i intervjuerna. Många uttrycker en oro kring att nyheterna skrivs av journalister, vanliga människor med tankar och värderingar samt att de inte lutar på att dessa åsikter och tankar inte speglas i nyhetsinnehållet. Respondent 4 nämner att hen ibland kan känna att man märker när reportern eller den som skriver vill påverka ens åsikter. Hen trycker också på att hen anser att det inte borde få vara så i traditionella nyheter men att hen ändå upplever att innehållet är vinklat.

“Jag kan känna ibland att det kan vara lite vinklat så klart, från SVT också för den delen. Även saker som jag håller med om, så i språkbruket så märks det liksom exakt vad de vill. Det märks hur de vill att jag ska tolka den här nyheten.” - Respondent 10

“Jag har svårt att lita på dom vanliga nyheterna just för att man vet ju att reporterna är vanliga människor, dom är känslor och värderingar och dom har en vardag som ska gå ihop med lön. Många gånger kan jag tro att dom drar lite grann efter halmstrån för att hitta en bra nyhet. Då känns det ofta som att den kan vara vinklad eller förstärkt, dom kan få det att låta större än vad det egentligen är. Just på grund utav den anledningen. Och det är väl där jag blir kritisk. Just för att det handlar om pengar i grund och botten.” - Respondent 2

Flera av respondenterna uttrycker tankar om att vinklingen har sin grund i att tjäna pengar. När följdfrågan senaste ställdes till respondent 2, om hen såg någon skillnad på public service-nyheter och andra källor, SVT och Aftonbladet, uppgav respondenten att hen ändå drogs mer mot Aftonbladet, men kunde inte förklara varför.

Respondent 3 och respondent 8 uttrycker även en oro och en problematik kring nyhetsalgoritmer. Respondent 3 beskriver att hen kan ses som bakåtsträvande i vissa avseenden men att hen anser det vara problematiskt med algoritmer på nyhetssidor, det faktum att “ju mer du klickat på någonting så hamnar du bakom en plus-vägg”. Hen utvecklar och säger att så fort “dem” märker att det finns ett intresse så tar de betalt för det. Respondent 8, som endast tar del av nyheter från SVT, menar att det är problematiskt med riktade nyheter från vinstdrivande nyhetskällor.

“Det blev lite så här att man blev mer medveten om allting, man började förstå vikten av data, vikten av information, media och fakta. Jag fick lite avsmak iallafall. Hela det här med Facebook och med data, att de använder algoritmer för att rikta vissa typer av nyheter till dig. Jag vill inte gå in på någonting där de visar mig nyheter som de tror att jag vill se. Jag vill att det ska vara helt opartiskt. Det ska bara finnas där.” - Respondent 8

Hos många av respondenterna kunde ett kritiskt tänk om nyhetsmedia identifieras, medans andra respondenter uttryckte att även om det kunde ses som problematiskt att nyheterna var vinklade och rubriksättningar lockande, så är det positivt i den bemärkelsen att det skapar åsikter. Respondent 4 nämner att det är medias uppgift att väcka känslor i det avseende att människor får möjlighet att reagera på de hemsigheter som händer. Respondent 10 nämner även att även om nyheter är vinklade är det inget som hen anser vara problematiskt.

“Även fast jag märker av en vinkling ibland så håller jag med om det för det mesta och jag är på samma sida om man säger så. Jag ser att nyheter kan vara en av de bästa informationskällorna så klart om det är någonting nytt som har hänt och att det är vinklat får mig inte att inte vilja ta del av det ändå utan då gör jag det.” - Respondent 10

8.2.4 “The-news-is-out-there” och “news-find-me”

Ännu en orsak som ges uttryck för är uppfattningen om att ifall nyheterna är stora nog eller om det påverkar respondenterna så kommer de att få reda på det och om de anser att nyheten påverkar dem kan de med lätthet söka upp informationen själv. De menar att de därmed inte har ett behov av att själva söka sig till nyheter. Flertalet respondenter uppgav att deras nyhetskonsumtion nästan var helt beroende av deras närstående. Respondent 1 nämner även att hens arbetsplats är en källa till nyheter, dels genom kollegor, dels via arbetsplatsens intranät, är det något som rör arbetsplatsen dyker det upp där eller via mejl från arbetsgivaren.

“Om jag hör familj, vänner, kollegor prata om det öppet så det också intressera mig och då kan jag också gå in för att bara ja ta del av nyheterna... Det är kanske därför jag aktivt själv inte går in och söker så mycket, för att jag får så mycket information av andra och det gör att det typ räcker för mig.” - Respondent 7

Respondenten 7 uttrycker att en orsak till att hen inte tar del av traditionella nyheter är att det är för svårnavigerat, att vissa nyhetssidor kan kännas “röriga” och “jobbiga att lokalisera sig i”. Hen föredrar istället att fråga någon närstående som kan återberätta händelser och nyheter. Många av respondenterna uppgav också att om de vill få reda på en nyhet, kan de söka sig till den eller mer information om den.

Uppfattningen “the-news-is-out-there” gör sig tydlig i att respondenterna uttrycker tankar om att om de vill ta del av en nyhet så finns den där ute. Sökmotorer och forum uppges som informationskällor för att ta reda på mer, om det handlar om äldre händelser uppgav vissa att de söker sig till dokumentärer och podcasts. Detta benämns ofta i samband med brottsnyheter och uppföljning av brott för att få reda på bakgrunden.

“Jag brukar göra en egen research på Google. Beroende på vad det handlar om, vill jag veta mer fakta om vad som har hänt så letar jag artiklar om det till exempel har handlat om jordbävning, terror osv. Gäller det att jag vill veta andras synpunkter som till exempel att när en mördare blivit friad så kollar jag Flashback samt letar upp dokumentär eller podd om den som blivit dömd.” - Respondent 2

“Är det en nyhet som påverkar mig så kommer det till mig, och påverkar det mig kommer jag att söka information.” - Respondent 5

8.3 F2. Har individer som undviker eller valt bort traditionella nyheter ersatt det med något annat?

När respondenterna tillfrågades vad de väljer att göra istället för att ta del av traditionella nyheter, framkom lika många olika svar som respondenter. Svaren går dock att dela in i två teman, de som vänder sig till annat innehåll än nyheter, och de som hellre vänder sig till andra sätt att ta del av nyheter.

8.3.1 Vänder sig till annat innehåll än nyheter

Respondent 6 uppgav att om nyheterna kommer på tv stänger hen av och väljer att titta på Youtube istället, för de gör hen glad. Ett snarlikt svar kom från respondent 2 som föredrar att spela spel eller träffa vänner. Båda respondenter uttrycker att de hellre väljer underhållande material framför nyheter. Några av respondenterna uttryckte att även om de väljer bort traditionella nyheter försöker de välja lärorikt och utvecklande innehåll istället.

“Jo jag kan väl säga att jag väljer att läsa böcker, för där läser jag väldigt mycket biografier om sådant som hänt, nu är väl inte det nyheter i samma bemärkelse. Men jag känner ju att det utvecklar mig att jag kan sätta in mig i andra situationer och förstå deras liv, lära mig på annat sätt än bara allting som händer överallt.” - Respondent 4

“Jag känner att jag läser hellre en forskningsrapport som jag vet att jag kan ha nytta av än någon random nyhet som jag inte kan påverka eller göra något åt.” - Respondent 9

8.3.2 Vänder sig till andra sätt ta del av nyheter

Det framkom även svar från respondenterna som kan kategoriseras in i temat om att vända sig till andra former av nyheter eller andra sätt att ta del av nyheter genom till exempel sociala medier eller andra källor. Vissa respondenter föredrog att ta del av statistik snarare än en artikel där en journalist har tolkat statistik och återberättar det. Svar av denna form framkom oftast i samband med att respondenterna pratade om coronapandemin. Flertalet uttryckte att de hellre går till andra källor än nyhetssajter för att ta reda på information om antal fall, smittade och döda.

Vissa respondenter gav uttryck för att de hellre hör nyheter från en enskild person snarare än en nyhetskälla. Respondent 4 nämnde Magda Gad, en krigskorrespondent som är aktiv på Instagram och publicerar videor “på plats”, respondenten uttryckte att hen ansåg det vara mer intressant att ta del av hennes nyheter jämfört med ett tv-reportage samt att det “känns mer äkta”. Även respondent 3 uttrycker att hen föredrar nyheter eller information från en enskild person. Hen nämner att hen lyssnat på ett avsnitt av Kvällspasset i P4 med Christer Lundberg, där Agnes Wold medverkade.

“Jag gillade hon Agnes Wold som är bakteriolog och forskare... Jag gillar hon för hon svarar snarare att “fan är du dum i huvudet så kommer det inte gå någon vidare för dig ändå”... Som sagt hon säger äna rätt ut saker och ting att “tar du inte ansvar och tänker dig för så blir det såhär”. Så enkelt är det, istället för att hymla och vagga in en.” - Respondent 3

8.4 F3. Vad har nyhetsmedieundvikare för uppfattning av nyhetsrapporteringen från olika nyhetskällor?

8.4.1 Samma negativa nyheter

Den främsta och mest omnämnda uppfattningen om traditionella nyheterna är att de upplevs vara för negativa. Uttalat, eller mellan raderna, uttrycker respondenterna att de ångestkänslor och känslan av maktlöshet de upplever är en konsekvens av den negativa formuleringen nyheterna framställs i. Respondenterna menar att de traditionella nyheternas fokus ligger i att rapportera om de negativa händelserna i samhället, att nyheterna om coronapandemin, krig, våldtäkter och mord är det som får mest utrymme i nyhetsflödet. Respondent 6 uppger att även om det händer mycket negativt i världen är det tråkigt att konstant bli matad med dessa nyheter och att positiva nyheter hade behövt lyftas mer. Respondent 3 lyfter uppfattningen om att man verkar vilja belysa världen som en ond plats och trots att de flesta människor är goda så läggs fokus på några få som förstör i samhället.

“Då (vid val av film) säger jag att fan.. Våldtäktmän, mördare, idioter det är bara att sätta på nyheterna liksom, så får du ju det behovet mättat... Jag tittar hellre på någonting roligt.”
- Respondent 3

Något som flera respondenter gav uttryck för var att den traditionella nyhetsförmedlingen kunde upplevas som repeterande. Samma nyheter cirkulerar på nyhetsmedierna och publicerades flera gånger om. Även om en nyhet kunde upplevas vara nyttig så tröttnade man av att läsa den om och om igen. Respondent 1 nämner att “nyhetsmedierna bara maler om samma grejer” detta i samband med att respondenterna nämner att nyheterna mestadels är negativa och skapar en nyhetströtthet.

“Det är som att lyssna på reklamradiokanal och få höra samma låtar på tre timmar. Samma med nyheter där då, om det inte är någonting som utvecklas.” - Respondent 3

8.4.2 Nyheter om brott vs. true crime-poddar

Flera respondenter gav uttryck för att de, av olika anledningar, undviker negativa nyheter och ger uttryck för ångestkänslor och överväldigande vid konsumtion av just negativa nyheter, dock uppger de ändå att de ofta lyssnar på podcasts inom true crime-genren.

Vid frågan om samma känslor uppstår vid konsumtion av en nyhet från en rättegång och ett avsnitt från Rättegångspodden svarade Respondent 4 att en podcast kan hen sätta på och stänga av när hen vill. Medan när rättegången är aktuell och pågående kommer nyheter upp överallt, i sociala flöden, på löpsedlar, bland familj och vänner och går inte att stänga av.

Respondent 2 föredrog podcasts i det avseende att när en nyhet kommer ut, finns inte all information tillgänglig medan när ett podcastavsnitt om rättegångar publiceras är rättegången oftast avslutad och en dom är satt. Båda respondenter har alltså omarbetat sin konsumtion av nyheter inom brott så att det passar dem. Respondent 7 nämner att brott och mord är något som intresserar hen, något hen finner spännande och intressant. Samtidigt som hen tidigare i intervjun nämnt att hen undviker nyheter som kan beröra hen negativt, vilket tyder på att hen anser att podcasts inom true crime-genren inte gör det.

“Jag tror att det är något behov vi har, därför finns det ju skräckfiktion, därför finns det, det har alltid funnits det där att man blir lite rädd och så. Men så lägger man bort den boken eller stänger av den filmen och så är det färdigt sen.” - Respondent 3

8.4.3 Clickbaits

Hur nyheterna rubriceras uttrycks som problematiskt, flera respondenter menar att nyheter presenteras med lockande rubriker och bilder för att locka till sig läsare snarare än att rapportera om en händelse. Respondent 3 uppger att hen upplever att nyhetsrapportering till stor del handlar om att man ska klicka på artikeln vilket gör att nyhetsmediernas fokus hamnar på att rapportera om sådant som man vet kommer locka till sig läsare, snarare än det som är viktigt. Respondent 4 uppger liknande åsikter kring rapporteringen och menar att i många fall så hänger artikelns innehåll inte alls ihop med rubriken.

“Aftonbladet måste först fånga mitt intresse genom en rubrik och bild och då kommer de välja något som kommer göra att jag ska välja och trycka på det. Eller så skriver de någonting som ska väcka mitt intresse. Det är nog därför jag föredrar SVT, just att det inte finns. Det känns inte som att det finns ett annat motiv bakom artikeln.” - Respondent 8

8.5 F4. Har respondenternas konsumtion förändrats under coronapandemin?

8.5.1 Konsumtion under pandemin

Det faktum att många av respondenterna uppger att de är mer benägna att rättfärdiga sin brist på konsumtion när nyheterna är långt ifrån deras egen geografiska position bekräftas kanske ännu starkare om man har hänsyn till deras konsumtion under coronapandemin. En händelse som berört alla människor oavsett plats, en händelse där man inte längre kunde tänka att det inte berör en själv. Flera av respondenterna uppger att deras konsumtion av traditionella nyheter ökat under pandemin. Olika faktorer som har orsakat konsumtionsförändringen nämns men bland de är vanligaste är ett ökat behov av information.

Vissa respondenter nämner att omfattningen av deras konsumtion inte ändrats, dock har de vänt sig mer till traditionella nyheter än vad de gjorde innan pandemin. Andra hävdar att deras nyhetskonsumtion ökat avsevärt från flertalet nyhetskällor. Gemensamt för flertalet av respondenterna är att deras konsumtion av nyheter från traditionella nyhetskällor ökat. Att ta del av vad statsministern säger eller de råd som Folkhälsomyndigheten ger nämns av de flesta som något självklart. Flera respondenter uttrycker även att statistiska sidor som presenterar bara statistik har föredragits över traditionella nyhetskällor.

“Det känns mer seriöst (statistiska webbsidor). Jag har gått in på c19.se, eller vad den heter. De uppdaterar ju varje dag, vecka för vecka, hur många fall, smittande och hur många döda. Även var smittan är som störst.” - Respondent 5

En anledning till konsumtionsökningen är att man under pandemin tillbringat mer tid hemma på grund av arbete hemifrån eller distansstudier, flertalet respondenter nämner att detta har gett dem mer tid och intresse för att följa nyheterna. Respondent 4 nämner bland annat att personen hen bor med har haft tv:n på för att ta del av nyheterna vilket har gjort att även hen har på så vis tagit del av det som sänds.

Respondent 2 nämner däremot att eftersom hen studerar på distans har inte behovet att veta mer funnits då hen inte behövt tänka mer på sitt levnadssätt förutom att stanna hemma.

Respondent 1 uttrycker en minskad nyhetskonsumtion under pandemin, dock nämner även hen en period på ett par veckor där hen har sökt information om pandemin aktivt. Orsaken till undvikandet läggs fram som en ökad nyhetströtthet som utvecklats från irritation och provokation i samband med konsumtion av nyheter kopplade till pandemin. Respondenten nämner flertalet gånger under intervjun att hen tröttnat på att nyheterna bara "maler på" och poängterar detta ännu mer bestämt vid frågor som berör pandemin. Resultatet av detta, uttrycker respondent 1, blev att de prenumerationer respondenten hade hos olika tidningar avslutades, men hen poängterar att hen fortfarande följer alla restriktioner.

"Jag skiter i bakgrunden och varför vi ska göra såhär och varför vi inte ska göra såhär. Utan om vi ska använda munskydd då använder jag munskydd och sen så tre veckor sedan får vi höra att vi inte ska använda munskydd, nä okej då använder vi inte munskydd." - Respondent 1

Även Respondent 3 uttrycker att det är för stort problemfokus i rapportering istället för att lägga fram lösningar och diskutera dem. Hen föredrar istället att rapporteringen är konkret, direkt och lösningsfokuserad.

8.5.2 "Coronakurvan"

Något som framkommer i flera av intervjuerna är att respondenterna beskriver ett samband mellan deras konsumtion av nyheter och smittspridningens omfattning, i takt med att smittspridningen har ökat och minskat har även konsumtionen av nyheter kopplade till pandemin ökat och minskat. En av respondenterna beskriver sin konsumtion i linje med smittkurvan, något som verkar stämma överens för flera av respondenterna.

"Då (i början av pandemin) följde jag det mycket mer med direktrapporteringen. Men under sommaren då var det inte lika craze med pandemin så då var jag väl inne någon gång i veckan. Nu är det ett mellanting egentligen." - Respondent 8

8.5.3 Framtida konsumtion

Gällande respondenternas framtida konsumtion, efter pandemin, uppger flertalet att de inte tror att den kommer förändras. De uppger att pandemin endast är en nödsituation som tillfälligt har påverkat nyhetskonsumtion och att den kommer återgå till det vanliga så fort pandemin är över. Respondent 8 lyfter dock att hen har genom rapporteringen av pandemin kunnat cementera sin uppfattning om hur vinklade vissa nyhetsmedier är vilket hen tror kommer resultera i att dessa nyhetsmedier undviks i ännu större omfattning i framtiden.

Även respondent 4 tror att den största skillnaden på nyhetskonsumtionen innan och efter pandemin kommer vara att hen kommer vara ännu mer källkritisk.

8.6 Övriga iakttagelser

8.6.1 Prestige i nyhetskonsumtion

Respondenterna lyfter hur nyhetskonsumtion kan ses som något prestigefyllt och att det finns en status i att man följer nyheterna och det som händer i världen. Att ta del av nyheter lyfts av respondenterna som en positiv handling. Respondent 6 nämner bland annat att det kan vara viktigt att hänga med i nyheterna för att på så sätt kunna delta och uttrycka åsikter i olika konversationer. Respondent 10 uppger också vikten av att ta del av nyheter på grund av sociala skäl, vilket nämns som särskilt viktigt under hans gymnasietid då alla runt omkring konsumerade nyheter. För att kunna delta i samtalen med sina vänner och klasskamrater så kände hen behovet av att hålla sig uppdaterad för att i sin tur skapa åsikter kring de nyheter som diskuterades i hans omgivning.

Att nyhetskonsumtion kan upplevas ha en slags prestige gör att respondenterna ibland känner att de inte vill att andra ska veta om att de inte är aktiva nyhetskonsumenter, trots att de själva tror att det är ganska många som gör precis som de och att de inte är ensamma.

“Jag menar det (nyhetskonsumtion) är ju en norm i Sverige också, och jag känner nog att folk ser ner på det här med att undvika nyheter. Det känns lite dumt typ ‘du kan ju ingenting om du inte kollar på några nyheter.’” - Respondent 10

“Man kanske inte vill att andra ska veta om det heller, det finns väl en liten status i att man hänger med vad som händer i världen. Men jag tror inte att jag är ensam om att känna att det blir för mycket och man behöver stänga av.” - Respondent 4

8.6.2 Skulle de kalla sig för nyhetsmedieundvikare?

Vid frågan om respondenten själv skulle identifiera sig som en nyhetsmedieundvikare var svaren olika. För vissa var svaret självklart, medan andra respondenter började fundera och diskutera vad begreppet faktiskt innebär. Flera av respondenterna tog upp begreppet nyhetsundvikare och börjar jämföra de två begreppen med varandra för att försöka resonera vilket begrepp de kunde känna igen sig i. Nyhetsundvikande beskrivs ofta som “mer extremt” än nyhetsmedieundvikande. En respondent beskriver en nyhetsundvikare som ”en person med foliehatt ute i skogen” och en annan beskriver det som en person som ”springer iväg och håller för öronen när radion är på”.

Något som framgår ur respondenternas svar är att nyhetsmedieundvikandet och nyhetsundvikandet ses som en aktiv handling och ett medvetet val. Respondent 9 påpekar att bara för att hen prioriterar annat innehåll istället för nyhetsrapporteringen betyder det inte att hen undviker nyheter. Flera respondenter menar att ifall någon hade delat en nyhet med dem, genom att ge de en tidning eller tipsa via sociala medier, så hade de troligtvis tagit del av denna nyhet. Med detta anser de att de inte undviker nyheter utan snarare nyhetsmedier.

“Jag är mindre nyhetsundvikare än vad jag är nyhetsmedieundvikare om man säger så. Jag har inga problem med nyheter men jag kan ha lite problem med nyhetsmedier.” - Respondent 10

*“Ja, jag vill inte att mina känslor och mina tankar ska påverkas av media, så jag undviker det definitivt. Men jag undviker inte nyheter i sig. Jag undviker inte större händelser eller fakta.”
- Respondent 8*

9. Analys

9.1 Nyhetskonsumtion

Resultatet visar att respondenterna faktiskt tar del av traditionella nyheter och att de inte verkar vilja ge upp traditionella nyheter helt och hållet. De uppvisar en avsiktlig och en oavsiktlig konsumtion på samma sätt som de uppvisar ett avsiktligt och oavsiktligt undvikande.

Den oavsiktliga konsumtionen uppges vara genom scrollande på sociala medier där nyhetsartiklar från etablerade nyhetskällor dyker upp regelbundet, eller på promenaden förbi matbutiken där man får syn på löpsedlar. Det avsiktliga undvikandet påminner om Skovgaard och Andersens (2020) kategorisering av nyhetsundvikare, de som aktivt har valt bort nyhetskällor. Skillnaden mellan deras benämning och respondenternas svar är det faktum att även om respondenterna aktivt väljer bort vissa nyheter så väljer de aktivt till andra, till exempel att endast ta del av public service-nyheter eller att endast ta del av nyheter via text-tv. En respondent uttryckligen stängde av tv:n om traditionella nyheter kom på, men även denna respondent kunde stundvis gå in och kolla Aftonbladet om någon skulle nämna något intressant på arbetsplatsen eller att hen köper en tidning att slötitta i. Det oavsiktliga nyhetsmedieundvikandet är som tidigare nämnt det faktum att respondenterna föredrar annat innehåll och inte tar sig för att konsumera traditionella nyheter.

Respondenternas behov av information om samhället verkar därmed vara för stort för att undvika nyheter fullkomligt samt att deras avsikt faktiskt inte speglar deras konsumtion. Behov som respondenterna uttrycker de får uppfylla genom nyhetskonsumtion är tidsfördriv, social interaktion och ett mättat informationsbehov. Dessa behov går i linje med de som uttrycks inom användarteorin som menar att publiken använder media för sina egna syften och mål (Ruggerio, 2000).

Anledningen till att respondenterna kan ha svårt att släppa nyhetsrapporteringen fullkomligt kan ha sin grund i Wadbrings (2016) beskrivning av det outtalade normativa kontraktet om att hålla sig á jour med vad som händer i samhället. En plikt som gör sig påmind när arbetskamraterna pratar om dagens nyheter runt lunchbordet, samt det enorma medieutbud som råder, att nyheter finns överallt i vår vardag.

De som uppger att de tar del av nyheter när det dyker upp i deras sociala medieflöden, som klickar sig vidare ifall de som kommer upp verkar vara intressant, kanske i ett avseende tar del av en större mängd nyheter än de som endast tar del av nyheter sporadiskt via den lokala nyhetskällans webbplats. De respondenterna tar del av nyheter från flera källor, och är därmed inte bundna till en specifik källa, vilket kan göra att de har ett större infallsperspektiv än någon som endast tar del av en källa, även om den källan är etablerad och trovärdig kan detta öka risken för ett smalare perspektiv.

9.2 En inre rationalisering av brist på konsumtion

I samband med att respondenterna beskriver att deras mående påverkas negativt av nyheter framkommer ett gemensamt tankesätt, flertalet av respondenterna resonerar på så sätt att om deras mående blir påverkat av deras konsumtion kanske de inte behöver ta reda på vad som händer i "världen utanför". Respondenterna ger uttryck för en generell uppfattning om att när "koppen blir full" och man inte längre orkar så är det okej att välja bort tragiska nyheter, särskilt om de händer på en helt annan plats. Dessa platser benämns ordagrant som geografiska platser, till exempel "Kongo" eller "andra sidan jordklotet" men det kan även diskuteras om denna plats kan vara en social plats och livssituation, att nyheten eller händelsen känns så långt ifrån ens egen livssituation att det därmed inte berör en. Folk theories tenderar att möjliggöra individers handlingar (Nielsen, 2016) vilket detta tankesätt gör i form av att de hjälper respondenterna att rationalisera det faktum att de kan välja att stänga ner artikeln, stänga av tv eller scrolla vidare i sitt flöde. Uppfattningen av att nyheten är för

negativ eller hemsk resulterar alltså i en rationalisering i form av “det är för långt ifrån för att jag ska kunna göra något åt det” och “kan jag inte göra något åt det är det ju inte nödvändigt för mig att ta del av det”, respondenterna förser sig själva med de förnuftsskäl som krävs för att rättfärdiga sina handlingar - att välja att inte ta del av det.

9.3 Misstro

Ännu ett återkommande fenomen och Folk theory är respondenternas misstro till nyhetsmedia. Något som bekräftar Reuters undersökning från 2019 som pekade på att en av de huvudsakliga anledningarna till nyhetsundvikande är missförtroendet till medier. Sammantaget visar att respondenterna uttrycker en rädsla av att bli felaktigt informerad eller att de bli informerad på ett ojust sätt. Antingen att nyheten de läser är formulerad på ett sätt som ska påverka deras åsikter åt ett visst håll eller genom att nyheterna är strukturerad på ett särskilt sätt för att du ska bli manad att läsa dem - genom till exempel algoritmer. Dessa tankar och attityder verkar finnas grundat i flera av respondenterna på ett eller annat sätt, vilket är ett av kriterierna för att räknas som en Folk theory (Palmer, 2019). Det faktum att respondenterna vänder sig till andra källor än etablerade nyheter på grund av deras misstro hänvisar till att uppfattningen också möjliggör handlingar i form av annan konsumtion.

Respondenterna lyfter även att de anser det vara problematiskt att nyhetsmedierna försöker manipulera läsaren genom rubriceringar och bilder som ska fånga uppmärksamheten och locka läsaren till att konsumera deras innehåll. Även detta pekar på en misstro gentemot nyhetsmedierna. Förutom att respondenterna uttrycker att nyhetsmedia ofta är vinklad nämner de även att deras misstro grundar sig i att “de” tjänar på respondenternas konsumtion. De uttrycker att det är på grund av pengarna som nyheterna blir vinklade och journalisterna skapar dessa clickbaits. Känslan av “vi” och “de” uppkommer i intervjuerna där “de” försöker manipulera och styra respondenterna till att göra någonting vilket skapar ett beteende och resulterar i en vinning för nyhetskällan.

Uppfattningen om att det är respondentens engagemang som styr huruvida nyhetsmedierna tjänar pengar eller inte, gör att man kan diskuteras ifall problemet och oron inte ligger i att rubrikerna påvisar en sak och innehållet något annat, utan snarare att respondenterna känner sig lurade till sitt engagemang.

9.4 “News-find-me” och “the-news-is-out-there”

Respondenterna lägger stor tilltro till att deras omgivning kan tillgodose de den informationen de behöver. Det som skiljer respondenternas svar i denna undersökning och de tidigare identifierade Folk theories om “news-find-me” och “the-news-i-out-there” är att respondenterna som uppger att de får höra nyheter från närstående också uppger att de söker upp nyheter efter. Informationen från närstående, “news-find-me”, verkar därmed bara vara den första fasen i konsumtionen, upptäckarfasen, vilket följs upp av en uppsökande fas liknande “the-news-is-out-there”. Vissa beskriver det som att det är en intressant nyhet som dom vill veta mer om och andra beskriver det som ett sätt att verifiera att nyheten och informationen är sann.

Få av respondenterna uppger att konsumtionen stannar vid “news-find-me”. Gil de Zuniga m.fl. (2017) har tidigare pekat på att “news-find-me” uppfattningen inte kan ses som ett undvikande av nyheter utan snarare som ett misslyckat nyhetssökande, då de är trovissa om att nyheten ifråga hittar dem även om de inte söker sig till den, blir ännu tydligare nu. Om respondenterna dessutom söker upp nyheten efter de hört om den utför de snarare en nyhetssökning.

Enskilt kan de två fenomenen syfta till en passiv konsument, att “det kommer till mig ändå” eller “jag kan bara Googla så kommer det fram”. De två fenomenen tillsammans är snarare ett aktivt sätt att konsumera, individen lyssnar på någon i den mängd att de tar in information som de kan söka vidare

på senare och verifiera via en annan källa. Kombinationen av “news-find-me” och “the-news-is-out-there” har kanske gjorts ännu mer möjligt genom sociala medier, där direktlänkar till nyhetssidor är en del av flödet. Steget mellan “news-find-me” och “the-news-is-out-there” blir därmed ännu mindre.

9.5 En personligare nyhetsrapportering

Ett identifierbart fenomen är att respondenter uttrycker en önskan om en mer personlig förmedling av nyheter förmedlad av en enskild person snarare än ett nyhetsmedium. En återkommande åsikt verkar vara att en individ utanför en nyhetsstudio upplevs som mer äkta och trovärdig.

Två respondenter nämner individer där en av dem kommer från etablerade nyhetsmedier och är en etablerad journalist, Magda Gad, en annan nämner en forskare som frekvent förekommer i etablerade nyhetsmedier men som just denna gång medverkade i ett underhållningsprogram, Agnes Wold. Resultatet pekar på att respondenterna ändå vänder sig till journalistiken då de nämner individer som på något sätt går att koppla till etablerade nyhetsmedier. Eventuellt är det etablissemangen de har i ryggen som gett som förtroendet men att respondenterna ändå föredrar att se dem på “mer personliga” plattformar.

Skovgaard och Andersens (2020) benämning på oavsiktliga-nyhetsundvikare grundar sig i det ökade medieutbudet, att människor har större möjlighet att välja innehåll som matchar ens egna preferenser vilket detta är ett tydligt exempel på. Det stora utbudet har gjort att individer kan välja att ta del av information av en viss medlare i en särskild kanal och samtidigt välja bort samma person i en annan. Konsumtionen påminner om en instrumentell medieanvändning där individen aktivt väljer det medieinnehåll som gör att de kan uppnå sina mål (Rubin, 2009), detta i kombination med att respondenterna uttrycker att de föredrar en mer “äkta” förmedling av information har gjort att de i slutändan har kunnat tillgodose sitt behov av informationsintag som motsvarar deras preferenser.

Även respondent 7 nämner att hen är mer benägen att läsa en nyhet om flera influencers pratat om händelsen, om flera individer pratar om nyheten blir den alltså mer attraktiv. Att respondenten nämner att det är just influencers som influerar hen till att konsumera nyheten kan syfta till deras pondus i respondentens vardag. Att nyheter, genom influencers uttalande, upplevs vara av större vikt. På så sätt verkar alltså influencers också som medlare av nyheter och information likväl som den tidigare nämnda journalisten och forskaren.

9.6 Förändring av konsumtion

Respondenterna uppger att de anpassar och förändrar sin konsumtion av traditionella nyheter efter den rådande situationen. Förändringen kan innebära både en minskning och ökning av nyheter, beroende på vilken situationen är. I slutändan handlar det om att anpassa sig efter den verklighet man befinner sig i, om den nya verkligheten innebär nya behov och dessa behov innebär en annan konsumtion sker alltså en konsumtionsförändring. Detta är ett klassiskt exempel för användarteorin, konsumenten har ett behov som hen uppfyller med hjälp av konsumtion (Ruggiero, 2009).

Ruggiero (2009) pekar på att individer har olika behov som tillfredsställs på olika sätt, detta blir kanske extra tydligt om man tittar på respondent 4 och respondent 5. Båda uppger en stor förändring i deras liv som påverkat deras konsumtion. Den ena fick utmattningssyndrom och var tvungen att förändra sin konsumtion så att hen inte skulle bli överväldigad, det uppstod ett behov av kanske avslappning och det var genom en förändrad konsumtion - till det mindre - som hen kunde uppnå det. Respondent 5 var vid konsumtionsförändringen långtidsarbetslös, en förändring i hens livssituation som innebar en brist på behov “det berörde mig ännu mindre då”, ett bristande konsumtionsbehov innebar att nyhetskonsumtionen stannade av. Den största förändringen i respondenternas nyhetskonsumtion är den som skett i samband med coronapandemin där ett ökat informationsbehov

har inneburit en stor förändring av hur de tar del av nyheter och information.

9.7 Konsumtion vid kris

Precis som att användarteorin säger att individer använder medier för egna syften och mål går det att urskilja, utifrån respondenternas konsumtion under krisen, att en förändring av behov innebär en förändring i användningen av medier. De behov som uppstått hos respondenterna under coronapandemin stämmer väl överens med de behov Ghersetti (2018) lyfter, att behovet av information är centralt.

Respondenterna lyfter vikten av information för att kunna hantera krisen och ta reda på hur den påverkar dem. Trots att det uttrycks en önskan om att i många fall minska sin konsumtion av nyheter från traditionella nyhetskällor är det dit man vänder sig när det väl kommer till kritan. Flera av respondenterna beskriver en ökad konsumtion av traditionella nyheter under pandemin och vi kan i flera fall se en koppling till det som Odén m.fl. (2016) pratar om - att individer kan gå från lågkonsumenter till högkonsumenter vid krissituationer. Vi ser även fall där respondenter hade kunnat uppfattas som nyhetssökare under vissa perioder av pandemikrisen genom att de aktivt försöker ta del av och söker sig till så mycket information som möjligt.

Vid frågan om hur respondenterna tar del av nyheter om pandemin bekräftar svaren att traditionella nyheterna fortfarande ses som en medlare och har en viktig roll i respondenternas sätt att ta del av nyheter under en kris. Sociala medier nämns knappt av respondenterna som ett sätt att ta del av coronarelaterade nyheter förutom i den aspekt att förtroendet för Instagram som informationskälla var lågt.

Att respondenterna valt att vända sig till traditionella nyhetsmedier under coronapandemin kan förklaras med att man i akuta situationer vill känna en samhörighet till andra i samma situation. Det faktum att flera respondenter nämner att de ser det som en självklarhet att ta del av statsministerns tal till nationen och Folkhälsomyndighetens presskonferenser pekar på en konsumtion som påminner om gemene mans, att man vill ha samma information som övriga medborgare - att vi alla sitter i samma båt.

När vi bytte ut ordet "nyheter" och istället använde ordet "information" uppgav flertalet av respondenterna att de vänder sig till Folkhälsomyndigheten eller andra statistiska webbsidor för information. Respondenterna gjorde alltså en skillnad på nyheter och information, och vände sig hellre till ren statistik och Folkhälsomyndigheten för information än till traditionella nyhetskällor.

Behovet av information har ändrats under pandemin och följer det vi kallar "coronakurvan" som tyder på att det är krisens allvar och själva smittsituationen som har en påverkan på hur nyhetskonsumenten ser ut, snarare än till exempel hur frekvent krisen förekommer i nyhetsmedierna. Så länge det finns en direkt påverkan på individen kvarstår behovet av att ta del av information och en minskad påverkan minskar behovet. Detta stämmer överens med Ghersetti (2018) som menar att beroende på hur långvarig en kris är eller hur påverkad man blir av den ändras kommunikationen kring krisen och därmed förändras också konsumtionen av nyheter och information. När krisen infinner sig uppstår ett behov som innebär en konsumtionsökning i form av ett informationsbehov, men så fort krisen avtar försvinner behovet och individer går tillbaka till sina gamla rutiner.

9.8 Negativt innehåll

Vanligt förekommande bland respondenterna var upplevelser om att traditionella nyheter är repeterande och att de "maler på" var en vanlig uttryckt företeelse. Att den negativa rapporteringen upprepar sig och "maler på om och om igen" uppges vara överväldigande för flera av respondenterna. Enligt Strömbäck (2008) är något som kan skapa denna känsla av repeterande nyheter och att det finns ett överflöd av negativa nyheter är att människor tenderar att komma ihåg negativa nyheter längre än positiva. Många av respondenterna svarade "ja" på frågan ifall de aktivt undviker traditionella nyheter överlag men när man grundligt börjar fråga vilka nyheter respondenterna undviker är det ofta just negativa nyheter som väljs bort.

Precis som Trussler och Soroka (2014) påvisar; att det negativa nyhetsflödet beskylls på journalisterna, nämner respondenterna att det verkar vara negativa nyheter som får ta plats i nyhetsförmedlingen och underförstått verkar respondenterna skuldbelägga journalisterna för att de negativa inramningarna prioriteras. Samtidigt indikeras en medvetenhet kring det faktum att det är mycket negativt och hemsamt som händer i världen men att det behöver rapporteras om. Många respondenter uppger att nyheter ska handla om samhällsfrågor och viktiga händelser och att nyheter som handlar om "en antik sjöbod" eller att "gå ner i vikt på 10 dagar" inte kan klassas som nyheter. Nyhetsmedier som rapporterar om denna typ av nyheter uppges vara "mindre seriösa".

Respondenterna uttrycker en önskan om mindre negativitet i nyhetsrapporteringen. Men trots att den negativa inramningen och det repeterande rapporteringssättet sägs få dem att inte vilja ta del av dessa nyheter uttrycker flera respondenter att de förstår nyttan att ta del av även de nyheterna och vikten av att hålla sig informerad. Trussler och Soroka (2014) uttrycker att individer är mer benägna att välja negativa nyheter framför positiva och bedöma dem som mer trovärdiga.

Trots en stark åsikt om att nyheterna innehåller till stor del negativa ämnen och att dessa påverkar respondenternas sinnesstämning finns det fortfarande ett behov bland respondenterna att konsumera nyheter som kan anses ha en negativ bakgrund, till exempel brott och kriminalitet. Detta innebär att efterfrågan av nyheter med negativa inslag finns och går ihop med Trusslers och Sorokas (2014) studie att det inte bara är journalistiska normer som leder till negativa nyheter utan även publikens behov och efterfrågan. Dock tillfredsställs dessa behov ofta genom att konsumera nyheten i annat format, true crime-poddar, vilket tyder på att den negativa nyheten i sig inte undviks utan snarare det format den presenteras i.

Utifrån ett användarteoretiskt perspektiv så kan man se konsumtionen av nyheter om brott och kriminalitet som ett sätt att uppfylla behovet av information, medan konsumtion av true crime-poddar kan uppfylla informationsbehovet samtidigt som det uppfyller andra behov som tidsfördriv, underhållning och i vissa fall kanske avslappning.

9.9 Att vara nyhetsmedieundvikare

Precis som inom forskningen var respondenternas beskrivning av fenomenet nyhetsmedieundvikare vitt skilda. Begreppet var något som många inte hört innan, men gemensamt var att ingen av dem ansåg det vara något positivt som de direkt vill associera sig med.

Den negativa klang som vi tidigare diskuterat återfanns i respondenternas tolkning av begreppet, vilket verkar vara tätt kopplat med den prestige som kopplas samman med nyhetskonsumtion. Flera respondenter nämner att de upplever att det finns en plikt och en norm om att hålla sig uppdaterad om det som händer i samhället. Likheter kan ses mellan deras uppfattning och det outtalade normativa kontrakt som Wadbring (2016) lyfter. Att som individ kunna sitta i olika forum och kunna tillföra något till samtalet uttrycks som väsentligt och önskvärt. Motviljan av att vara en person som deltar i samtal men inte vet vad det talas om är något som flera respondenter uttrycker och pekar på vikten av

den sociala betydelsen i att hålla sig uppdaterad och påläst. Det finns tydligt ett behov att ta del av nyheter för att kunna delta i det sociala samtalet.

Wadbring (2016) lyfter att individer har en tendens att omge sig med likasinnade och individer som har liknande intressen. I efterhand har vi fått veta att två av respondenterna känner varandra sedan tidigare vilket bekräftar att man omger sig med likasinnade personer, dock uppger båda att de blev förvånade när de berättade för den andra att de också undvek traditionella nyheter och deltog i vår studie, vilket i sin tur bekräftar att undvikandet ses som tabu och inte något som man självklart pratar om och lyfter i sin omgivning.

Respondenterna beskriver en nyhetsundvikare som något långt ifrån ens egen självbild, någon "extrem". Även om de undviker traditionella nyheter, i det avseende att de inte aktivt tar del dem, är det inget de vill omedelbart vill identifieras med. Att vara anti-nyheter är inget de strävar efter utan de vill konsumera nyheter i den mängd de anser ha behov av, samtidigt som rapporteringen behöver uppfylla deras förväntningar annars vänder de sig till annat innehåll i form en annan källa eller en annan plattform. Med hänsyn till att respondenterna tar del av nyheter, trots olikheter i konsumtionens omfattning mellan dem, anser flera av dem att de förmodligen kan identifieras mer som nyhetsmedieundvikare än nyhetsundvikare.

9.10 Folk theories – folkets röster

Tidigare resultatredovisning har presenterat flertalet Folk theories, gemensamma och enskilda föreställningar om nyhetsförmedlingen. Nedan följer en sammanfattning och i hopkoppling av de identifierade fenomenen och tankesätten.

9.10.1 Folk theory 1 - Det är okej att undvika nyheter från "världen utanför" om man mår dålig av dem

Det första tankesättet som presenteras är att om en negativ nyhet är tillräckligt långt bort från ens egna världsbild är det okej att välja bort och inte ta del av den, särskilt om man anser att det påverkar ens mående negativt, man kan ändå inte påverka eller göra något åt det. Detta sätt att rationalisera sin konsumtion för att göra vissa handlingar godtagbara är grunden i vad "folk theories" handlar om, ett inre tankesätt som möjliggör en handling, att stänga av och välja bort genom att ge sig själv förnuftsskäl för att rationalisera sina handlingar. En respondent uttrycker att det är onödigt att hen ska "utsätta sig" för nyheter som hen ändå inte kan påverka. Detta sätt att tänka går nästan att applicera på alla typer av nyheter, kanske är det därför respondenterna ger uttryck till att föredra nyheter och information som de kan hålla en distans till.

Flera respondenter uppger att de tar del av nyheter om brott och kriminalitet genom podcasts inom true crime-genren. Av de två alternativen som presenteras att ta del av nyheten, artiklar via nyhetsmedia eller podcasts, föredrog de tillfrågade podcasts. Respondenterna nämner själva att anledningen är på grund av att de kan sätta på och stänga av podcastavsnittet när de vill samt att de får ta del av alla delar i historien, från början till slut. Sättet som detta beskrivs på påminner om en berättelse eller saga, med en inledning, ett mittenparti och ett slut.

Man kan därför fråga sig om det är de teatraliska inslagen i formatet som de föredrar samt att det teatrala gör att de kan hålla en distans till händelsen. Respondent 8 nämner att hen tagit del av Aftonbladets segment "200 sekunder" med Robert Aschberg och nämner att det snarare verkar handla om *hur* de rapporterar än *vad* de rapporterar, att fokus ligger på att det ska vara dramatiskt och sensationellt snarare än att rapportera en nyhet. Man kan därför ställa sig frågan om detta är ett exempel på att nyhetsgenren håller på att luckras upp, att nyheter och information handlar mer och mer om att skapa en känsla snarare än förmedling av information.

9.10.2 Folk theory 2 - Misstro till nyhetsmedia

Ännu ett tankesätt behandlar uppfattningen om respondenternas misstro till nyhetsmedia. Detta är inget nytt fenomen men det var något som förvånade oss. Sverige har generellt en hög tilltro till nyheterna (Andersson & Weibull, 2017) och SOM-institutets undersökning visar att förtroendet ökar efter ju högre utbildning respondenterna har (Falk, 2020). Därav var den uttryckta misstron förvånade för oss, då merparten av respondenterna i undersökningen har genomgått en högre utbildning.

I samband med uppfattningen om att det fanns en generell misstro till nyhetsmedia, framkom även en inställning om att man hellre föredrog att ta del av information och nyheter från en enskild, trovärdig och "äkta" person snarare än nyhetsmedia. Ordagrant nämns en etablerad journalist och en etablerad forskare och man föredrog att ta del av deras information på andra plattformar än etablerade nyheter. Man kan ställa sig frågan om vad är skillnaden mellan att individerna pratar i nyhetsmedier jämfört med andra plattformar som Instagram eller ett underhållningsprogram i P4? Är misstron till nyhetsmedia så låg att även om det är samma journalist som rapporterar om samma nyhet känns det ändå mer "äkta" att ta del av informationen via Instagram? Eller är det på grund av att nämnda individer har dessa etablissemang i ryggen som de får det första förtroendet? Eller grundar sig kanske allt i att respondenterna föredrar andra plattformar än etablerade, traditionella nyhetskanaler?

Bara för att en individ byter plattform betyder det inte att hen kan uttrycka sig på ett sätt som hen inte kan göra i en annan, vi får anta att individerna i fråga har en yrkesetik där bara för att de gått hem för dagen säger de inte vad som helst, särskilt inte om det går emot något de sagt tidigare under dagen på arbetsplatsen. Att respondenterna uttrycker att de föredrar dessa enskilda personer verkar tyda på en misstro och missbelåtenhet till det etablissemang som är nyhetsvärlden.

9.10.3 Folk theory 3 - nyheterna är repeterande

Återkommande respondentbegrepp är att nyheterna bara "maler på", detta uttrycks vanligtvis i kombination med att traditionella nyheter är för negativa och har en negativ inramning som också prioriteras i nyhetsordningen. Åsikten om att traditionella nyheter är för repeterande går även att tillämpa på övriga åsikter om nyheterna och tillsammans förstärks känslan av att vilja undvika den typen av nyheter. Om nyheterna upplevs som negativa och repeterande uppger respondenterna att de känner sig överväldigade och om respondenterna uppger att det är "fel" nyheter som rapporteras samt att de är repeterande så blir respondenterna obrydda.

10. Diskussion

Flera av respondenterna uppger att de aktivt undviker traditionella nyheter, men frågan är mer komplex än så. De undviker traditionella nyheter, men de undviker inte alla, respondenterna uppger att de väljer bort vissa källor av traditionella nyheter men väljer istället till en annan som de anser passar deras preferenser. De uppger att den sorts nyhet de mestadels undviker är nyheter som anses vara av negativ karaktär som påverkar respondenternas mående negativt. Samtidigt uppger de att de fortfarande vänder sig till denna typ av nyheter, men i ett annat format än traditionella nyheter.

De bakomliggande faktorerna till varför respondenterna undviker nyheter är många och komplexa och uttrycks ofta i kombination med varandra. Negativitet och upprepning speglas i många respondenters svar, men även misstro och personliga faktorer spelar in. Såväl behov som uppfattningar och attityder genomsyrar svaren i undersökningen. Både behov att konsumera och behov att välja bort.

Respondenternas uppfattningar och attityder är det som hjälper dem att rationalisera sina handlingar.

Coronapandemin har påverkat respondenternas konsumtion, de konsumerar mer nyheter och allt oftare från traditionella nyhetskällor. I relation till krisens allvar och smittomfattning följer respondenterna nyheter av olika slag, dock uppger de att när krisen är över går de förmodligen tillbaka till gamla rutiner. Den prestige som uppges i kombination av nyhetskonsumtion gör att individerna inte omedelbart vill identifiera sig som nyhetsmedieundvikare, men kanske hellre nyhetsmedieundvikare än nyhetsundvikare, vilket tyder på att respondenternas nyhetsplikt fortfarande finns inrutad i deras åsikter och den negativa klangen kring begreppet går att konstatera, det är inget man direkt vill identifiera sig med.

Nyhetsmedieundvikare är ett komplicerat fenomen, nedan följer en diskussion av de fynd och mönster vi identifierat under databearbetningen och vilka övriga slutsatser vi kan dra av undersökningens resultat.

10.1 Behov

Ur ett användarteoretiskt perspektiv framkommer tydliga kopplingar mellan behov och konsumtion. Trots att respondenterna har för avsikt att undvika traditionella nyheter uttrycks fortfarande ett behov av att ta del av nyheter. Även om det finns flertalet faktorer som gör att en individ vill undvika nyheter finns det behov som innebär att undvikandet inte kan göras fullkomligt. Ur intervjuerna identifieras uppfattningen av att respondenterna brottas med behovet att minska sin konsumtion samtidigt som behovet av att hålla sig uppdaterad och informerad kvarstår. På enda sidan kan behovet att minska sin nyhetskonsumtion på grund av den inverkan som den har på individens mående finnas. Å andra sidan, hittar man behovet att få information och kunna ta ställning till den så att man kan möjliggöra den sociala interaktionen.

Denna typ av dilemma kan identifieras hos respondenterna genom att de många gånger motsäger sig själva när de börjar diskutera sin konsumtion. Tydligt med detta blir att konsumtionen är direkt kopplad till de behov den enskilda individen har samt att dessa behov utvecklas och är i en ständig kamp med varandra.

10.2 Folk theories

Folk theory 1, som menar att det är okej att undvika nyheter från världen utanför syftar till en önskan om en distans till nyhetsrapporteringen och dess händelser. En konsekvens av tankesättet är att det går att applicera på nästan vilken nyhet som helst när inga tydliga gränser finns till vad som är "världen utanför", geografiskt eller socialt. Det är i ett avseende kanske viktigare att ta del av nyheter utanför ens egen världsbild för att skapa en större perspektiv. Uppfattningen stärker Ksiazek, Malthouse och Websters (2010) tidigare forskning om att individer väljer nyheter som bekräftar deras egen världsbild.

Den andra uppfattningen, en misstro till nyhetsmedia, har resulterat i att respondenterna konsumerar information om nyheter och händelser på andra sätt, och även om en misstro till nyhetsmedia uttrycks vänder sig respondenterna i många fall fortfarande till journalistiken. Detta innebär att journalistiken fortfarande har en central roll som medlare, men via en enskild förmedlare. Vissa respondenter föredrar att denna förmedlare är en influencer, i de fallen förmedlas informationen inte direkt från journalistiken utan via en mellanhand. Detta skulle kunna öka risken för felaktig information men om denna mellanhand vore en utvald medlare hade det istället inneburit nya plattformar att nå ut. Respondenterna uttrycker mer förtroende för en enskild person jämfört med en nyhetskanal eller nyhetskälla.

Den tredje uppfattningen om att nyheterna är repeterande kan innebära att viktiga nyheter inte längre upplevs vara allvarliga. En nyhet som pågår under en längre tid, till exempel coronapandemin, upplevs repeterande och kan under ett senare stadie uppfattas som mindre allvarlig och till och med "tjätig" trots att ämnet fortfarande är kritiskt och aktuellt.

10.3 Ambivalenta respondenter

Många gånger motsäger respondenterna sig själva, detta tyder på att det inte finns så mycket tanke bakom deras beteende och nyhetskonsumention. Respondenterna motsäger ofta sig själva när de börjar fundera över sin konsumtion och i flera fall kan vi se en skillnad mellan respondentens avsikt och faktiska konsumtion.

Flera av respondenter uttrycker att de vill undvika nyhetsmedier men uttrycker samtidigt att sociala medier har stor betydelse i deras vardag, med tanke på att stor del av det som återfinns på sociala medier kommer från andra källor såsom nyhetsmedier kan man ställa sig frågan om våra respondenter verkligen undviker nyhetsmedier. Man kan återigen ställa sig frågan om det är möjligt att undvika traditionella nyheter fullkomligt.

10.4 Nyhetsundvikare eller nyhetsmedieundvikare

Att använda sig av begreppet nyhetsundvikare, ett begrepp utan tydlig definition, skapar risker för stora skillnader i forskningsresultat. Bristen på en tydlig beskrivning skapar risker för att begreppet kan tolkas vind för våg och en studie om nyhetsundvikandets omfattning kan bli missvisande. De flesta av respondenterna klassar inte sig själva som nyhetsundvikare och med studiens resultat som bakgrund hade vi med nödvändighet inte heller gjort det. Att alla respondenter undviker nyheter på ett eller annat sätt stämmer, dock tar de fortfarande del av både traditionella nyheter och annat nyhetsmaterial.

Reuters (2019) rapport visar statistik som grundas i en enkätundersökning där författarna har klassat en person som nyhetsundvikare efter individen har svarat "Ja" på frågan om det händer att denne undviker nyheter "nu för tiden". På ett odefinierat sätt har författarna klassat 22 % av Sveriges befolkning till nyhetsundvikare. Men vad innebär begreppet? För någon kan det innebära att man

ibland undviker nyheter medan någon annan tolkar begreppet som “en person med foliehatt ute i skogen”.

Med tanke på dagens informationsrika samhälle undviker alla nyheter, i någon form, av olika anledningar. Man kan diskutera om begreppet nyhetsundvikare används för lättvindigt trots att det är så pass brett och komplext.

10.5 Reflektion kring arbetet

Då vårt urval inte omfattar en specifik grupp individer, utan att urvalen gjorts utefter svaren från en urvalsfråga, skiljer sig de individer vi intervjuat varandra och utgör inte en karakteristisk urvalsgrupp. Hade vi istället utgått från tidigare survey- eller panelundersökningsresultat där individer uppgett att de ofta undviker nyheter hade vi kanske fått andra resultat. Dock hade vi varit tvungna, som forskning gjort många gånger förut, göra generaliseringar i fenomenet nyhetsundvikare i form av att bestämma hur mycket en individ behöver konsumera för att kvalificeras för undersökningen.

Genom vårt urval har vi istället fångat upp individer som ofta undviker traditionella nyheter av olika anledningar och det är just de anledningarna vi har haft för avsikt att fånga upp, även om individerna i slutändan faktiskt konsumerar traditionella nyheter i någon form. Då vår undersökning inte ämnar dra generaliseringar för en stor population bör resultatet från vår undersökning betraktas som tendenser och exempel på de behov, avsikter och resonemang en nyhetsmedieundvikare kan ha.

Applicerbarheten av våra metoder har varit hög, genom att kombinera en strikt metod med en öppnare har vi kunnat fånga upp såväl behov som de inre förnuftsskäl respondenterna tillger sig själva för att rationalisera sitt beteende och sina handlingar.

Studiens syfte var att undersöka varför människor väljer att ofta eller ibland avstå från traditionella nyheter formulerade av traditionella nyhetskällor genom att skapa en större förståelse för de resonemang och den avsikt en nyhetsmedieundvikare kan ha. Genom att titta på respondenternas behov, avsikt och resonemang har vi kommit närmare att förstå varför de väljer bort vissa traditionella nyheter. Vad de väljer att göra istället för att konsumera traditionella nyheter och vilken uppfattning de har av nyhetsrapporteringen från olika källor skiljer sig mellan respondenterna men gemensamt för de alla är att det är något de har åsikter om. Varje respondent har sina egna anledningar och resonemang till varför deras konsumtion ser ut som den gör.

Vi ville även titta närmare på om individernas nyhetskonsumtion förändrats under coronapandemin. Gemensamt för respondenterna är att en förändrad livssituation innebär en konsumtionsförändring och de anledningar och resonemang man haft innan kan skifta för att anpassa sig till den nya livssituationen. Respondenternas nyhetskonsumtion har förändrats under pandemin på så sätt att de tar del av mer nyheter än innan och stor del av dessa nyheter är från etablerade nyhetskällor. Respondenterna uppger dock att när krisen är över kommer de troligtvis gå tillbaka till hur de konsumerade innan pandemin. Behov av information uppstår vid kris men försvinner också i takt med att krisen avtar.

10.6. Förslag på vidare forskning

Inom framtida forskning om nyhetsundvikare är det av stor vikt att begreppet används med försiktighet, annars finns risken att forskningen klassar en individ som nyhetsundvikare trots att den inte undviker nyheter. I många fall handlar det om att individer undviker specifika nyhetsmedier eller specifika nyheter, inte nyheter överlag. Därför bör man, inom framtida forskning i de fall där man undersöker undvikande av traditionella nyheter från etablerade nyhetsmedier, använda sig av begreppet nyhetsmedieundvikare istället för nyhetsundvikare.

Nyheter är mer än det som skrivs på de etablerade nyhetsmediernas plattformar. Det breda spektrum om vad en nyhet faktiskt är gör att uppfattningen om vad som klassas som nyheter kan skilja sig mellan individer.

För att komma vidare i forskningen om varför vissa människor undviker nyheter borde definitioner av begreppen bli tydligare, vad är en nyhet och vad är en nyhetsundvikare/nyhetsmedieundvikare. Först när man skapat en tydlig definition av fenomenet kan man eventuellt komma till underfund med vad som driver en undvikare och hur man slutligen kan nå ut även till dem.

Det vore även intressant att titta närmare på studiens identifierade Folk theories, hur nyhetsundvikare ger sig själva en distans till nyheter och vilka nyheter som de anser vara ”mer okej” att undvika vore en intressant utveckling av fenomenet. En intressant aspekt är även att titta på vems ansvar en nyhetsmedieundvikare är, är det individerna själva som har ett ansvar att ta del av nyheter, eller är det nyhetsmediernas ansvar att nå ut till *hela* befolkningen?

Referenser

- Andersson, U. (2020). *Nyhetsvanor under coronapandemin: SOM-undersökningen om coronaviruset 2020*. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Andersson, U. & Weibull, L. (2017). Har svenskarna förtroende för medierna? I Andersson, U., Ericson, A., Holt, K., Johansson, B., Karlsson, M., von Krogh, T., Lind, E., Strömbäck, J., Weibull, L. & Truedson, L. (Red.), *Misstro mot medier*. (s. 51–83). Institutet för mediestudier.
- Arkhede, S & Ohlsson, J. (2015). *Nyhetsintresse och nyhetskonsumtion*. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Björklund, M. & Paulsson, U. (2012). *Seminarieboken – Att skriva, presentera och opponera*. (2 upplagan ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Casero-Ripolles, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El Profesional de la Información*, 29(2), 1-11.
- Edgerly, S., Vraga, E K., Bode, L., Thorson, K, & Thorson, E. (2018). New Media, New Relationship to Participation? A Closer Look at Youth News Repertoires and Political Participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 95(1), 192-212.
- Ekström, M. & Johansson, B. (red.) (2019). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Vällingby: Elanders.
- Eslami, M., Karahalios, K., Sandvig, C., Vaccaro, K., Rickman, A., Hamilton, K. & Kirlik, A. (2016). First I " like " it, then I hide it: Folk Theories of Social Feeds. Association for Computing Machinery: New York, NY, United States. 2371–2382. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858494>
- Falk, E. (2020). *SOM-institutets public service-mätningar: Användning, förtroende och attityder 1986-2019*. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Ghersetti, M. & Westlund, O. (2013). *Medieanvändningens vägskäl vid kris och till vardags*. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Ghersetti, M. (2018). Varifrån fick vi veta – och vad gjorde vi sen? Information och kommunikation under Stockholmsattentatet. I Johansson, B & Truedsson, L (Red.), *Allt tyder på ett terrordåd* (s. 39–59). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Gil de Zúñiga, H., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (2017). Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 22(3), 105-123.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2020). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Ksiazek, T., B., Malthouse., E., C. & Webster., J., G. (2010). News-seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 551–568.

- McIntyre, E. K. & Gibson, R. (2016). Positive News Makes Readers Feel Good: A “Silver-Lining” Approach to Negative News Can Attract Audiences. *Southern Communication Journal*, 81(5), 304-315.
- Mediebarometern. (2020, 27 maj). Webinarium om Mediebarometern 2019 [Video]. Nordicom. Hämtad 2020-09-06 från https://play.gu.se/media/Nordicom+%E2%80%93+Webbinarium+om+Mediebarometern+2019/0_4sya3m4i
- Nielsen, R. (2016). Folk Theories of Journalism: The many faces of a local newspaper. *Journalism Studies*, 17(7), 840-848.
- Nord, L. & Nygren, G. (2002). *Medieskugga*. Stockholm: Atlas.
- Odén, T., Djerf-Pierre, M., Ghersetti, M. & Johansson, B. (2016). *Kriskommunikation 2.0: Allmänhet, medier och myndigheter i det digitala medielandskapet*. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.
- Palmer, R. (2019). A "Deep Story" About American Journalism: Using "episodes" to explore folk theories of journalism. *Journalism Studies*, 20(3), 327-344.
- Park, C. (2019). Does Too Much News on Social Media Discourage News Seeking? Mediating Role of News Efficacy Between Perceived News Overload and News Avoidance on Social Media. *Social Media Society*, 5(3), 1-12.
- Pasek, J., Kenksi, K., Romer, D., & Jamieson, K. H. (2006). America's youth and community engagement: How use of mass media is related to civic engagement and political awareness in 14-to-22-year-olds. *Communication Research*, 33(3), 115-135.
- Reuters Institute. (2019). *Digital News Report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In Bryant, Jennings. & Oliver, Mary Beth. (red.) (2009). *Media effects: advances in theory and research* (s. 165-184). 3rd ed. New York: Routledge.
- Ruggerio, E. T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass communication & society*, 3(1). 3–37.
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476.
- Statens medieråd. (2019). *Nyhetens behag: Svenska barn och ungdomars medieanvändning*. Danagård Litho. Hämtad 2020-09-09 från <https://statensmedierad.se/publikationer/rapport/nyhetensbehag.3219.html>
- Sternvik, J. (2010). Ungas nyhetskonsumtion i en föränderlig nyhetsvärld. I Holmberg, S., Weibull, L. (Red.), *Nordiskt ljus* (s. 369-380). Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet
- Strömbäck, J. (2008). *På nyhetsmediernas agendor - en studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV*. Sundsvall: Demokratiinstitutet, Mittuniversitet.
- Strömbäck, J. (2015). *Demokratin och det förändrade medielandskapet: Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?* Stockholm: Demokratiutredningen.

- Strömbäck, J. (2017). News Seekers, News Avoiders, and the Mobilizing Effects of Election Campaigns: Comparing Election Campaigns for the National and the European Parliaments. *International Journal Of Communication*, 11(11), 237–258.
- Strömbäck, J. (2018). [Fjärde Uppgiften]. (2018, 13 april). *Ökat medieutbud en utmaning för demokratin*. [Video]. Hämtad 2020-12-22 från https://www.youtube.com/watch?fbclid=IwAR2la2eNoDusZLBZWqi7tAXu3CQjtkk6FKczrD_HJKqnbXAIjojWmPGZf9Q&v=wxoJbPe28UI&feature=youtu.be
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2013). The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(4), 414–435.
- Toff, B., & Nielsen, K, R. (2018).” I Just Google It”: Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication*, 68(3), 636–657.
- Toff, B., & Palmer, R. (2019). Explaining the Gender Gap in News Avoidance: "News-Is-for-Men" Perceptions and the Burdens of Caretaking. *Journalism Studies*, 20(11), 1563-1579.
- Trussler, M. & Soroka, S. (2014). Consumer Demand for Cynical and Negative News Frames. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3). 360–379.
- Valenzuela, S., Bachmann, I. & Aguilar, M. (2016). Socialized for News Media Use: How Family Communication, Information Processing Needs, and Gratifications Determine Adolescents’ Exposure to News. *Communication Research*, 46(8). 1095–1118.
- Van den Bulck, J. (2006). Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2). 231–252.
- Wadbring, I (2016) Om de som tar del av nyheter i lägre utsträckning än andra. I Westlund, O (red) *Människorna, medierna & marknaden. Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring*. SOU 2016:30, 463–486.
- Wadbring, I. (2019). Långt ifrån lagom - Svenska nyhetskosumenter i ett internationellt perspektiv. I Truedson, L. (Red.) *Mediestudiers årsbok - tillståndet för journalistiken 2018/2019* (s. 146-161). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Weibull, L., Wadbring, I., & Ohlsson, J. (2018). Det svenska medielandskapet: Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens (Första upplagan ed.). Stockholm: Liber.
- Weissenbilder, M. (2019). *SOM-institutets public service-mätningar: Användning, förtroende och attityder 1986–2018*. SOM-institutet, Göteborgs Universitet.
- Woodstock, L. (2014). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834–849.

Bilagor

Bilaga 1. Intervjuguide

Introduktion till respondenterna innan varje intervju:

Vi utför en undersökning på uppdrag av SVT och SR för att ta reda på varför människor, ofta eller ibland, väljer bort traditionella nyheter. Med traditionella nyheter menar vi tv, radio och tidningar från etablerade nyhetskällor. Du är utvald eftersom du har svarat "Ja" på frågan om du ofta eller ibland undviker nyheter. Vi är intresserade av dina åsikter så utgå bara från dig själv.

Du kommer vara helt anonym och vi kommer hantera din intervju konfidentiellt. För att vi inte ska missa något viktigt vi säger så kommer vi spela in den här intervjun och inspelning kommer också hanteras konfidentiellt, det är endast vi som är aktiva i undersökningen som kommer ta del av den.

Intervjun är uppdelad i fyra teman, i det första temat går det bra med snabba svar men i de tre andra temana önskar vi att du, så gott som det går, utvecklar dina svar.

Tema 1. Livssituation

Skulle du säga att du är politiskt intresserad?

Vilka samhällsfrågor intresserar dig?

Är du aktiv på sociala medier? / Vilka sociala medier?

Hur ser din boendesituation ut? Vad har du för sysselsättning?

Tema 2. Nyhetskonsumention

Kan du berätta lite om hur du tar del av nyheter?

När du inte tar del av nyheter, är det ett medvetet val från din sida eller är det något som bara händer?

När du väljer bort traditionella nyheter, väljer du något annat istället? Annan nyhetskälla eller annan aktivitet.

Händer det att du ändå tar del av traditionella nyheter? Vid vilka tillfällen tar du del av det?

Har din nyhetskonsumention alltid sett likadan ut eller har den förändrats över tid?

Tema 3. Nyhetsattityd

Vad är en nyhet för dig?

Vad tycker du om/Har du några åsikter om olika källors sätt att rapportera nyheter?

Hur hade du velat att man gjorde istället?

Tema 4. Covid-19

Har ditt sätt att ta del av nyheter förändrats under coronapandemin?

Vänder du dig till andra nyhetskällor än innan?

Tror du att coronapandemin har påverkat hur du kommer att ta del av nyheter i framtiden?

Skulle du kalla dig själv för en nyhetsmedieundvikare?

Bilaga 2. Illustrerad intervjuguide

