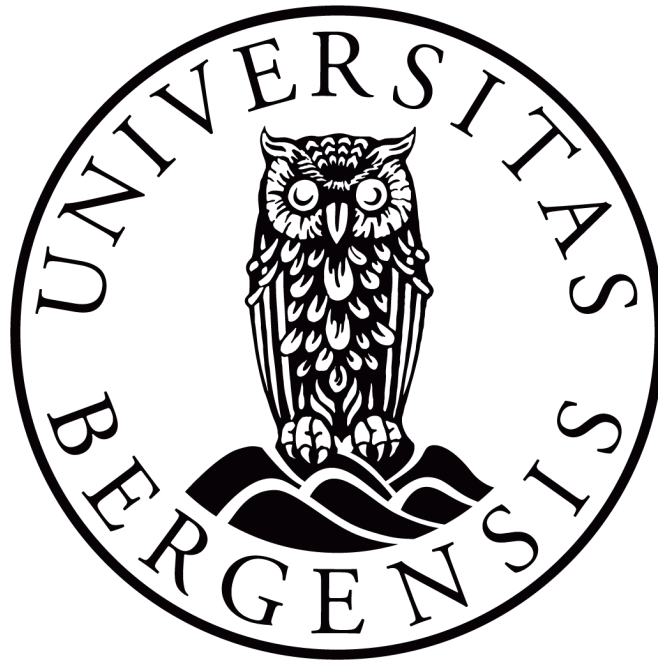


# Kvinnelige sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier

En kvalitativ studie av årsaker, alternativ og samfunnsengasjement

Martine Håland



Masteroppgave i medier og kommunikasjon  
Institutt for informasjons – og medievitenskap  
Universitetet i Bergen

Våren 2021

## Sammendrag

Dette masterprosjektet undersøker kvinnelige sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier. Nyere mediebruksforskning viser at unge, og oftere kvinner, i dag er blant de som konsumerer minst nyheter, og dermed kan regnes som sjeldenkonsumenter. Tidligere har de som konsumerer lite nyheter blitt sett på som et demokratisk problem, ettersom forskning har sett sammenhenger mellom nyhetslesing, politisk kunnskap og politisk deltakelse. I dag ser man imidlertid tendenser til at flere konsumerer nyheter gjennom alternative kilder, og særlig blant de unge har sosiale medier vokst frem som en attraktiv plattform for nyhetsdeling og nyhetslesing.

Ved å nytte kvalitativ metode undersøker denne oppgaven årsaker til at unge kvinner ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, hvordan de nytter sosiale medier som en alternativ kilde til nyheter, samt hvordan deres nyhetslesing kan ses i sammenheng med deres samfunnsengasjement. Det empiriske grunnlaget i undersøkelsen dannes av intervjuer med elleve kvinner i alderen 20-27 år, som er rekruttert med utgangspunkt i at de sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier og i stor grad opplever å få dekket sitt nyhetsbehov gjennom sosiale medier.

Funnene i denne undersøkelsen viser at sjeldenkonsum er et komplekst fenomen noe som blant annet kommer til syne i informantenes aktive og passive forklaringer til eget sjeldenkonsum. Samtidig viser funnene at sjeldenkonsumenter til tross for å ikke oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier, likevel kan få med seg en god del nyheter gjennom sosiale medier som alternativ nyhetskilde, og utøve et samfunnsengasjement som i hovedsak utspiller seg i det hverdagslige.

## **Forord**

Tenk at min studietid ved Universitetet i Bergen har kommet til en ende – det har virkelig vært fem fantastiske år. Å skrive denne avsluttende masteroppgaven, hvor jeg har fått fordype meg i et tema jeg interesserer meg for, har vært veldig lærerikt. Samtidig er det ikke til å legge skjul på at dette siste året også har hatt sine utfordringer. Det å skrive en masteroppgave har nemlig i seg selv vært utrolig krevende, og koronapandemien har samtidig ført med seg sine utfordringer for studenttilværelsen. Til tross for dette ser jeg tilbake på det siste året som masterstudent med et smil og jeg er stolt av å kunne levere denne oppgaven til normert tid. I den anledning er det flere som fortjener en ekstra takk.

Først vil jeg takke min dyktige veileder Brita Ytre-Arne. Tusen takk for interessen du har vist for dette prosjektet fra starten av, og for at du alltid har vært tilgjengelig og gitt meg gode råd når jeg har stått fast. Det setter jeg stor pris på. Jeg vil også benytte anledningen til å takke forskningsgruppen for mediebruk og publikumsstudier for innspill på utkast og litteraturtips. Tusen takk til Fritt ord og RAM for tildeling av stipend, det har vært motiverende å vite at dere har hatt tro på prosjektet mitt.

Tusen takk til venner og familie som har heiet på meg det siste året, det har betydd mer enn dere er klar over. En ekstra takk til Maya for gode diskusjoner, oppmuntringer og avbrekk – studietiden hadde ikke vært det samme uten deg. Jeg vil også takke jentene på lesesalen og mine fine medstudenter for hyggelige lunsjer og gode faglige og ikke fullt så faglige samtaler.

En stor takk rettes også til Ivar for at du alltid er her for meg og for at du til tross for å selv være i en hektisk masterinnspurt har vært tålmodig, interessert og oppmuntrende når det kommer til mitt masterprosjekt.

Til slutt vil jeg også takke informantene i denne undersøkelsen, som tok seg tiden til å fortelle om sine erfaringer som sjeldenkonsumenter, i en ellers hektisk hverdag. Takk for mange interessante og spennende samtaler.

## Innhold

<b>Kapittel 1: Introduksjon</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Problemstilling og forskningsspørsmål</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2 Tidligere studier av kvinnelige sjeldenkonsumenter</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Struktur for oppgaven</b> .....	<b>7</b>
<b>Kapittel 2: Teoretiske perspektiver</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1 Sjeldenkonsum</b> .....	<b>8</b>
2.1.1 Sjeldenkonsum som demokratisk problem.....	9
2.1.2 Mulige forklaringer til sjeldenkonsum .....	10
<b>2.2 Sosiale medier som arena for nyhetsdeling</b> .....	<b>13</b>
2.2.1 Hva er sosiale medier? .....	14
2.2.2 Personalisering av nyhetsinnhold på sosiale medier .....	15
<b>2.3 Lesepraksiser på sosiale medier</b> .....	<b>16</b>
2.3.1 «Digging in», «flowing along», «checking up» og «stumbling upon» .....	16
2.3.2 «Worthwhileness» .....	17
<b>2.4 Alternative borgeridealer</b> .....	<b>18</b>
2.4.1 Overvåkende borgere .....	19
2.4.2 Alarm-standard .....	20
2.4.3 Offentlig tilknytning .....	21
2.4.4 Idealet om en beredt borger .....	22
<b>2.5 Teoretisk anvendelse i analysen</b> .....	<b>22</b>
<b>Kapittel 3: Metode</b> .....	<b>24</b>
<b>3.1 Kvalitativ metode</b> .....	<b>24</b>
3.1.1 Kvalitativt intervju .....	24
3.1.2 Observasjonsøvelsen «think aloud» .....	25
<b>3.2 Informantutvalg og planlegging av undersøkelsen</b> .....	<b>26</b>
3.2.1 Pilotintervju .....	26
3.2.2 Rekruttering av informanter .....	27
3.2.3 Kort presentasjon av informantene.....	29
<b>3.3 Intervjuguide og gjennomføring av intervju</b> .....	<b>31</b>
<b>3.4 Analyse og bearbeiding av datamateriale</b> .....	<b>33</b>
<b>3.5 Etske perspektiver</b> .....	<b>34</b>
<b>3.6 Vurdering av metode</b> .....	<b>35</b>
<b>Kapittel 4: Forklaringer til sjeldenkonsum</b> .....	<b>38</b>
<b>4.1 Aktive forklaringer</b> .....	<b>38</b>
4.1.1 Negativitet i nyhetsmediene .....	39
4.1.2 Skepsis til journalister .....	42
4.1.3 Vanskelig å navigere .....	44
<b>4.2 Passive forklaringer</b> .....	<b>45</b>
4.2.1 Nedprioritering av nyheter .....	45
4.2.2 Nyhetsmediene retter seg mot de eldre .....	46
<b>4.3 Oppsummering</b> .....	<b>47</b>
<b>Kapittel 5: Erfaringer med sosiale medier som kilder til nyheter</b> .....	<b>49</b>
<b>5.1 Sosiale medier som nyhetsaggregat</b> .....	<b>49</b>
5.1.1 Følger nyhetsaktører for å få med seg det viktigste .....	50

<b>5.2 Venner som kilder til nyheter gjennom sosiale medier</b> .....	52
5.2.1 Venner som opinionsledere .....	53
5.2.2 Interesse for saker som blir delt av venner.....	55
<b>5.3 «Think aloud» - informantenes nyhetslesing i praksis</b> .....	56
5.3.1 «Sjekker» og «snubler over» nyhetene på sosiale medier.....	56
5.3.2 Informantenes forståelse av nyhetsbegrepet.....	59
<b>5.4 Oppsummering</b> .....	60
<b>Kapittel 6: Samfunnsengasjement</b> .....	<b>62</b>
<b>6.1 Informantene som overvåkende borgere</b> .....	62
6.1.1 Overvåker nyhetsstrømmen på sosiale medier.....	63
6.1.2 Tilstrekkelig eller sporadisk informert? .....	63
6.1.3 Oppfyller et normativt minimumskrav.....	65
<b>6.2 Offentlig tilknytning – et hverdagslig og beredt samfunnsengasjement</b> .....	66
6.2.1 Et hverdagslig engasjement.....	67
6.2.2 Et beredt engasjement .....	69
<b>6.3 Oppsummering</b> .....	71
<b>Kapittel 7: Oppsummering og konklusjon</b> .....	<b>73</b>
<b>7.1 Veien videre</b> .....	75
<b>Referanseliste</b> .....	77
<b>Vedlegg 1: Rekrutteringstekst til Facebook</b> .....	84
<b>Vedlegg 2: Samtykkeskjema</b> .....	85
<b>Vedlegg 3: Intervjuguide</b> .....	87
<b>Vedlegg 4: RETTE-skjema</b> .....	91

## Kapittel 1: Introduksjon

«Hvordan skal vi nå de unge leserne?», «hvilke saker er de interesserte i» og «hvor engasjerte er de egentlig i lokalsamfunnet?». Det er sensommer i Bergen, og jeg har akkurat startet i ny jobb som journalist i en lokalavis i nærområdet. På dagens redaksjonsmøte diskuteres det et nytt satsingsprosjekt som vi snart skal i gang med, et prosjekt med formål om å tilknytte seg flere unge lesere. Mens rammene for prosjektet diskuteres, slår det meg hvor ulik medieoppvekst dagens unge har hatt i forhold til tidligere generasjoner. Mediebransjen har nemlig gjennomgått omfattende endringer de seneste årene, noe som har ført til at unge i dag stilles overfor en rekke muligheter når det kommer til nyheter og annet medieinnhold. Prior (2005, s. 577) hevder at vi har gått fra et lav-valgssamfunn til et høy-valgssamfunn, og at personlig interesse og preferanser som et resultat av dette har blitt essensielt for å forstå folks medie og nyhetsbruk. Som en konsekvens av økt informasjonstilgang, er nyhetsinnhold konstant i konkurranse med annet medieinnhold, noe som har ført til bekymringer for at valgmulighetene vil skape kunnskapsmessige kløfter mellom de som aktivt oppsøker nyheter og de som ikke gjør det (Prior, 2005, s. 577).

Blant de som konsumerer minst nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier, og som dermed ofte regnes som sjeldenkonsumenter, finner vi i dag unge under 30 år og oftere kvinner. Det viser blant annet tall fra Moe m.fl. (2019, s. 58) sin undersøkelse, og det støttes av annen norsk og internasjonal forskning. Det at unge i mindre grad oppsøker nyheter enn de eldre, er i og for seg ikke noe nytt. Men mens det tidligere har blitt forventet at unge vil vende blikket mot nyhetsmediene i takt med stigende alder og livserfaring, ser man i dag at dette ikke lenger nødvendigvis er tilfelle (Meijer, 2007, s. 96). Til gjengjeld konsumerer unge oftere nyheter på digitale plattformer og sosiale medier (Slette-meås og Kjørstad, 2016, s. 91). Dette har gjort til at nyheter konstant er tilgjengelig i unges liv, noe som gjør til at unge ikke avgrenser nyhetskonsum til faste tider og steder, men heller tyr til nyhetsstoff i forskjellige situasjoner og kontekster (Slette-meås og Kjørstad, 2016, s. 91).

Unge manglende stedfasthet og grenseløshet når det kommer til nyhetskonsum, har skapt hodebry for både medieforskere og mediebransjen, ettersom dette har gjort det vanskeligere å forstå dem som nyhetsbrukere (Slette-meås og Kjørstad, 2016, s. 91). Tidligere har forskere ansett sjeldenkonsumenter som en gruppe mennesker som tar i bruk de mulighetene de har til å unngå nyheter – ikke fordi de nødvendigvis har en sterk motvilje mot de politiske sakene

som nyhetsmediene dekker, men fordi dagens mediesamfunn gir dem mulighet til å velge andre former for medieinnhold som samsvarer bedre med deres preferanser og interesser (Shehata, 2016, s. 760-761). I et slikt perspektiv, kan det potensielt tolkes som at sjeldenkonsumenter har en mindre interesse av det som foregår rundt dem i samfunnet. En slik tolking kan tenkes å være bekymringsverdig i et demokratisk perspektiv, ettersom nyhetslesing ofte trekkes frem som vesentlig i forbindelse med borgeres politiske deltakelse og samfunnsengasjement (Strömbäck, 2005, s. 332).

Spørsmålet er hvorvidt denne tolkningen kan tenkes å være gjeldende for dagens unge sjeldenkonsumenter, ettersom de nytter andre plattformer til nyhetslesing som tidligere ikke har blitt inkludert i nyhetsstatistikken (Moe m.fl. 2019, s. 57). Et sentralt spørsmål er dermed hvorvidt fokuset på at nyhetslesing skal foregå gjennom tradisjonelle nyhetsmedier, bidrar til å skape et unyansert bilde av sjeldenkonsumentenes interesser og samfunnsengasjement. Er det slik at de først og fremst unngår nyhetsmedier som følge av manglende interesse for nyhetsinnhold, eller finnes det andre årsaker til dette? Hvordan opplever sjeldenkonsumenter å få dekket sine nyhetsbehov på digitale plattformer? Og er det slik at sjeldenkonsumenter i mindre grad engasjerer seg for samfunnet de lever i? Når unge, og særlig unge kvinner, gjentatte ganger blir påpekt å være sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier, åpner det seg et behov for å forstå hvorfor dette er tilfelle, samt hvordan de nytter andre kilder til nyheter.

### **1.1 Problemstilling og forskningsspørsmål**

Denne masteroppgaven tar i bruk kvalitativ metode for å undersøke unge kvinners sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier. I denne undersøkelsen vil derfor sjeldenkonsumentenes egne erfaringer og refleksjoner stå i fokus. Formålet med undersøkelsen er å studere underliggende årsaker til hvorfor informantene i mindre grad oppsøker nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier. Jeg ønsker også å undersøke hvordan sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier nytter sosiale medier til nyhetslesing, samt undersøke hvilke sammenhenger informantenes nyhetsbruk har med deres samfunnsengasjement. Det empiriske grunnlaget i undersøkelsen dannes av intervjuer med elleve kvinner i alderen 20-27 år. Alle informantene ble rekruttert med utgangspunkt i at de sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier og i stor grad opplever å få dekket sitt nyhetsbehov gjennom sosiale medier.

Oppgavens problemstilling er tredelt. På den ene siden ønsker jeg å undersøke hvilke årsaker som ligger til grunn for at sjeldenkonsumentene ikke oppsøker nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier: hvilket forhold har de til tradisjonelle nyhetsmedier? Hva tenker de om formatet de tradisjonelle nyhetsmediene presenterer nyheter i? Og hvordan er deres tillit til de tradisjonelle nyhetsmediene? På den andre siden ønsker jeg å undersøke hvordan sjeldenkonsumentene nytter sosiale medier som kilder til nyheter: hvordan blir de eksponert for nyhetsinnhold gjennom sosiale medier? Hvilken rolle spiller venner for deres nyhetseksponering? Og hvordan fungerer sjeldenkonsumentenes nyhetslesing i praksis på sosiale medier? Jeg ønsker også å undersøke hvordan informantenes samfunnsengasjement kan ses i sammenheng med deres nyhetsbruk. I oppgaven ønsker jeg å utforske disse spørsmålene videre gjennom følgende problemstilling:

*Hvilke refleksjoner har kvinnelige sjeldenkonsumenter til sin egen nyhetsbruk? Hvilke erfaringer har de med sosiale medier som nyhetskilder? Og hvilke refleksjoner har de knyttet til sitt eget samfunnsengasjement?*

Problemstillingen har i tråd med medieforsker Barbara Gentikow (2005, s. 74) blitt operasjonalisert, hvilket betyr at den fungerer som en overordnet ramme og at det ut ifra denne vil formuleres spesifikke spørsmål. Problemstillingen legger som følge av dette grunnlaget for videre forskningsspørsmål, som igjen videreføres til intervjuguiden og intervju spørsmålene (Gentikow, 2005, s. 90). Forskningsspørsmålene i denne studien er: 1) Hvilke ulike årsaker ligger til grunn for at sjeldenkonsumentene ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier? 2) Hvordan nytter sjeldenkonsumentene sosiale medier som kilder til nyheter? Og 3) Hvilke sammenhenger har informantenes samfunnsengasjement med deres nyhetsbruk?

Denne undersøkelsen har altså med andre ord som formål å undersøke hvilke refleksjoner unge kvinnelige sjeldenkonsumenter har om sitt nyhetskonsument, hvordan de nytter sosiale medier som alternative kilder til nyheter, samt hvilke sammenhenger deres nyhetskonsument har med deres samfunnsengasjement. Formålet med studien er ikke å undersøke hvorvidt informantene kan regnes som sjeldenkonsumenter eller ikke, heller ikke å utforske hvilke sosiale medier som utpeker seg som de mest attraktive og gunstige kildene til nyheter. Denne studien har med hensikt gjort få avgrensninger ettersom eventuelle avgrensninger potensielt vil kunne føre til at ulike nyanser av sjeldenkonsum blir oversett. Slik Moe m.fl. (2019, s. 57) påpeker er det i gråsoner man må lete etter viktige skiller, og et slikt skille kan også gå



mellom sjeldenkonsumentene selv og ikke bare mellom de som oppsøker nyheter og de som ikke gjør det. Det er også viktig å påpeke at denne undersøkelsen plasserer seg innenfor feltet for mediebruksforskning, og at kjønns-faktoren i all hovedsak er et metodisk valg og dermed ikke et undersøkelsesmoment i seg selv. Informantene vil derfor først og fremst bli undersøkt som sjeldenkonsumenter i seg selv. Selv om det ikke vil trekkes paralleller til kjønns-teori videre i undersøkelsen, er det likevel interessant å trekke frem et par tidligere studier av kvinners sjeldenkonsum for å få en innsikt i tema, før jeg i kapittel to vil presentere selve teori-grunnlaget for oppgaven.

## **1.2 Tidligere studier av kvinnelige sjeldenkonsumenter**

Det er tidligere ikke viet kjønnsforskjeller særlig oppmerksomhet når det kommer til nyhetskonsum i Norge, noe som gjør til at vi i dag vet lite om de underliggende årsakene til hvorfor det er slik at kvinner oppsøker nyheter i mindre grad enn menn (Moe m.fl. 2019, s. 58). Den tidligere forskningen på kvinners sjeldenkonsum av tradisjonelle nyhetsmedier er i stor grad preget av kvantitativ forskning, og kjønnsforskjellene har i flere tilfeller fremkommet som overraskende funn, da undersøkelsene egentlig har hatt som formål å undersøke andre fenomener.

Nettopp dette var tilfelle da Moe og Kleiven i 2016 gjennomførte en studie av den norske befolkningens medievaner, med særlig vekt på konsum av nyheter. Intensjonen med denne undersøkelsen var å belyse i hvilken grad befolkningen gjennom mediene eksponeres for nyheter, aktualiteter og samfunnsdebatt, slik at de kan ivareta sine demokratiske rettigheter og plikter (Moe og Kleiven, 2016, s. 7). I denne undersøkelsen fremkommer kjønnsforskjeller som et overraskende funn, da det viser seg at kvinner har vesentlig lavere interesse og kunnskap om «harde nyheter» (nyheter om politikk, økonomi og samfunnsliv) enn menn. Ifølge Moe og Kleiven (2016, s. 11) fremkommer det at andelen nyhetssøkere er 55% blant menn mot 43% blant kvinner, og motsatt er andelen «nyhetsunnvikere» 14% blant kvinner og 7% blant menn (Moe og Kleiven, 2016, s. 13). Det viser seg også at kjønnsforskjellene er større blant unge kvinner (Moe og Kleiven, 2016, s. 11), noe de anser som overraskende med tanke på at kvinner i dag utdanner seg like høyt som menn, og at man fra tidligere har sett korrelasjoner mellom nyhetskonsum og utdanning (Moe og Kleiven, 2016, s. 13). Kjønnsforskjellene spiller også en vesentlig rolle når det kommer til interessen for «myke nyheter» (nyheter om sport, underholdning, kjendiser, kultur og forbrukerstoff), og det viser seg at kvinner er mindre interessert i sport enn menn, samtidig som de scorer høyere enn

menn på interesse for underholdnings og kjendisstoff (Moe og Kleiven, 2016, s. 19). Hvilke årsaker som ligger til grunn for at kvinner interesserer seg for nyheter i mindre grad enn menn, gir undersøkelsen få klare svar på. Moe og Kleiven (2016, s. 71) begrunner dette med at de i utgangspunktet ikke så for seg å vie kjønnsforskjeller særlig oppmerksomhet i studien, og de understreker derfor behovet for å undersøke dette nærmere (Moe og Kleiven, 2016, s. 11).

Som oppfølging til Moe og Kleiven sin studie, gjennomførte Omarhaug i 2016 en metastudie, med formål om å finne ut hva tidligere forskning har funnet av forskjeller mellom kjønn og aldersgrupper når det kommer til nyhetskonsum og nyhetsnivå. Hovedfunnene i denne studien er at det på tvers av ulike studier er gjengående at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn, noe som ofte beskrives som anerkjent fakta (Omarhaug, 2016, s. 25). Årsakene til hvorfor dette er tilfelle, er også her uklare og det kan samtidig se ut til at litteraturen heller ikke blir helt enige på dette punktet (Omarhaug, 2016, s. 25). Til tross for dette, peker Omarhaug (2016, s. 25) på noen mulige forklaringer til hvorfor kvinner oppsøker nyheter i mindre grad enn menn. En forklaring handler om personlig interesse og at store valgmuligheter av medieinnhold gjør til at mediasystemene legger til rette for stor grad av selektiv eksponering, noe som gjør det enklere for kvinner og unge å velge bort nyheter (Omarhaug, 2016, s. 25). En annen forklaring er at det store fokuset på negative nyheter i dagens nyhetsbilde har større påvirkning på kvinner enn menn, og at kvinner som følge av å reagere sterkere på negativt innhold har enklere for å velge bort nyheter (Omarhaug, 2016, s. 25). I likskap med Moe og Kleiven, konkluderer også Omarhaug (2016, s. 26) med at kjønnsforskjeller når det kommer til nyhetskonsum, er et tema som bør vies mer oppmerksomhet innenfor mediebruksforskningen, da det kan få konsekvenser at deler av befolkningen stiller seg utenfor flyten av nyheter. Ifølge Omarhaug (2016, s. 25) vil folks fravær fra nyhetslesing potensielt kunne føre til at de blir mindre informert om politiske spørsmål, mindre politisk involvert og dårligere representert i politiske prosesser. Omarhaug (2016, s. 25) foreslår derfor at det bør sørges for at informasjon er lett tilgjengelig, slik at terskelen for å oppsøke nyheter ikke blir større og forskjellene i nyhetskonsum øker.

Også i utlandet har det blitt forsøkt å finne forklaringer til hvorfor det er slik at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn. I likskap med en av forklaringene til Omarhaug, forsøker også Soroka m.fl. (2016, s. 353) å forklare negativt nyhetsinnhold som årsak til kjønnsforskjeller i nyhetskonsum, dette ved å gjennomføre en alternativ og eksperimentell

studie av ulike menneskers fysiske reaksjoner på negativt nyhetsinnhold. Studien baseres på et eksperiment hvor de måler hudledningsevne og hjerterytmen til kvinner og menn mens de blir utsatt for negativt nyhetsinnhold for å studere hvordan reaksjonene varierer mellom kjønnene (Soroka m.fl., 2016, s. 353). Resultatet fra denne undersøkelsen viser at det negative nyhetsinnholdet påvirker hudresponsen likt uavhengig av kjønn og alle respondentene er mer vekket når nyhetsinnholdet er negativt (Soroka m.fl., 2016, s. 358). Hjerterytmen viser derimot et annet mønster, hvor resultatene viser at kvinnene er mer oppmerksomme på negativt innhold enn menn (Soroka m.fl., 2016, s. 358). Ut ifra dette kan det derfor tenkes at fordi kvinner blir mer påvirket av negativ informasjon, og fordi de vet at nyhetsinnhold ofte er negativt, aktivt unngår nyheter (Soroka m.fl., 2016, s. 363). Denne aversjonen mot negativitet gjenspeiler på sett og vis kvinners sosialiseringssprosess og er en oppførsel som samsvarer med godt forankrede kjønnsroller (Soroka m.fl., 2016, s. 363).

Tradisjonelle kjønnsroller er også utgangspunktet for Toff & Palmer sin studie, hvor de forsøker å undersøke hvordan strukturelle ulikheter mellom mann og kvinne påvirker ulikheter når det kommer til nyhetskonsum. Basert på dybdeintervju med både kvinnelige og mannlige selvutnevnte «nyhetsunnvikere», fremkommer det flere funn som støtter opp under hypotesen om at nyhetskonsum er knyttet til kjønnsroller (Toff & Palmer, 2019, s. 1569). Blant annet fremkommer det at flere av kvinnene i studien opplever at dagens nyhetsinnhold er mer tilpasset menn, da menn som regel har mer interesse for politikk og samfunnsaktuelle temaer enn kvinner (Toff & Palmer, 2019, s. 1570). For noen av disse kvinnene er opplevelsen av at nyheter er for menn, forankret i egen oppvekst og familiestruktur hvor de for eksempel har vokst opp med fedre som aktivt har fulgt med på nyheter og oftere enn mødrene uttalt sine meninger høyt (Toff & Palmer, 2019, s. 1570). Som følge av at det å oppsøke nyheter ofte blir sett på i sammenheng med politisk engasjement, anser Toff & Palmer (2019, s. 1575) det som utfordrende at kvinner ikke føler en tilknytning til nyhetene. En bekymring knyttet til dette er at det vil føre til en ond sirkel av frakoblede kvinner som på sikt vil få vansker med å delta i den offentlige samtalen (Toff & Palmer, 2019, s. 1575). I følge Toff & Palmer (2019, s. 1575) vil det være utfordrende å bryte ut av denne sirkelen ved og kun oppfordre kvinner til å oppsøke nyheter. Toff og Palmer (2019, s. 1575) mener derfor at en eventuell endring vil kreve en korrigerende av strukturelle hindringer, og at det er kvalitetene i selve nyhetsinnholdet som i dag gjør til at nyhetskonsum virker mindre tiltalende for kvinner enn for menn.

### **1.3 Struktur for oppgaven**

I neste kapittel, kapittel to, vil jeg gå igjennom teoretiske perspektiver og begreper som er relevante for denne undersøkelsen. Dette innebærer blant annet teori om ulike tilnærminger til sjeldenkonsumenter, lesepraksiser på sosiale medier, samt hvordan sosiale medier muliggjør personalisering av nyhetsstrømmer. I tillegg vil jeg trekke frem hvordan ulike demokratiteorier har ulike syn på nyhetslesing som del av borgerrollen.

Det tredje kapitlet tar for seg de metodiske valgene som har blitt tatt i løpet av forskningsprosessen. Her ser jeg nærmere på valg og begrunnelse av metode, planlegging og gjennomføring av studien, rekruttering og informantutvalg, etiske problemstillinger og til slutt en vurdering av det metodiske opplegget.

Kapittel fire er det første av tre analysekapitler. Dette kapitlet tar for seg undersøkelsens første forskningsspørsmål som omhandler årsaker til at sjeldenkonsumentene ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Her vil fokuset være på hvilke aktive og passive forklaringer sjeldenkonsumentene har på sitt eget sjeldenkonsumenter at tradisjonelle nyhetsmedier.

Kapittel fem tar for seg undersøkelsens andre forskningsspørsmål og handler derfor om hvordan sjeldenkonsumentene nytter sosiale medier som kilder til nyheter. Her utforskes først hvordan informantene blir eksponert for nyheter på sosiale medier, samt hvordan de i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter.

Det tredje og siste analysekapitlet, kapittel seks, tar for seg undersøkelsens tredje forskningsspørsmål som omhandler hvordan informantenes samfunnsengasjement kan ses i sammenheng med deres nyhetsbruk. Dette kapitlet vil derfor med utgangspunkt i funn fra de to foregående analysekapitlene, samt informantenes besvarelser fra siste del av intervjuet diskutere hvordan informantenes nyhetslesing kan ses i sammenheng med de demokratiske borgeridealene om overvåkende og offentlig tilknyttede borgere.

Kapittel sju vil oppsummere undersøkelsens sentrale funn og rette fokus mot temaer som kan være aktuelle å undersøke i den videre forskningen.

## **Kapittel 2: Teoretiske perspektiver**

Gjennom kvalitative intervju utforsker denne oppgaven unge kvinners sjeldenkonsument av tradisjonelle nyhetsmedier. Innenfor det store fagfeltet av forskning på mediebruk, er det i dag tre fagdebatter som er særlig relevante. Dette er for det første forskning på sjeldenkonsument av tradisjonelle nyhetsmedier, for det andre forskning på sosial medier som alternativ kilde til nyheter og for det tredje sammenhenger mellom folks nyhetslesing og samfunnsengasjement. I dette kapittelet vil jeg først se nærmere på fenomenet sjeldenkonsument. Aller først vil jeg trekke frem diskusjonen om begrepet i seg selv. Videre vil jeg kort gjøre rede for enkelte uenigheter innenfor forskningsdiskursen knyttet til hvorvidt man kan anse sjeldenkonsument som et demokratisk problem, samt studere noen mulige forklaringer til sjeldenkonsument. Deretter vil jeg se nærmere på sosiale medier som arena for nyhetsdeling, hvordan sosiale medier muliggjør personalisering av nyhetsinnhold, samt ulike praksiser for nyhetslesing på sosiale medier. Til slutt vil jeg trekke frem diskusjonen om den informerte borger som demokratisk ideal og hvordan ulike demokratiteorier anser nyhetslesing som en vesentlig del av borgerrollen.

### **2.1 Sjeldenkonsument**

Ettersom denne studien tar for seg sjeldenkonsument av tradisjonelle nyhetsmedier, vil det være nødvendig å se nærmere på hva som ligger i dette begrepet. Det var den svenske medieforskeren Ingela Wadbring (2016, s. 464) som i 2016 først tok i bruk dette begrepet, for å skildre en gruppe mennesker som oppsøker nyheter sjeldnere enn andre. Samtidig presenterte Wadbring (2016, s. 464) sjeldenkonsument-begrepet som et alternativ til den pågående forskningens hyppige bruk av nyhetsunnvik-begrepet. «Nyhetsunnvik» er uten tvil et mer etablert begrep innenfor forskningen på folks nyhetskonsument, men slik Wadbring (Wadbring, 2016, s. 465) påpeker er det preget av en viss unøyaktighet, ettersom det indikerer at forskningsdebatten dreier seg om mennesker som unngår nyheter fullstendig. I følge Wadbring (2016, s. 465) er dette sjeldent tilfelle, da det i dagens medierike samfunn vil være vanskelig å totalt frastå fra nyhetsinnhold.

Dette er en utfordring som også gjenspeiles i forskning som har nyttet «nyhetsunnvik»-begrepet. Blant annet finner Moe og Kleiven (2016, s. 67) i sin undersøkelse at begrepet er for upresist, da deres informanter som kategoriseres som nyhetsunnvikere ikke nødvendigvis unngår alle medier og nyheter, men i stede har en betydelig lavere interesse for å følge med

enn andre grupper. Også Slette-meås og Kjørstad (2016, s. 91) hevder i sin undersøkelse at tilstedeværelsen av nyheter fører til at unge ikke kan være nyhetsunnvikere i en slik forstand som Moe og Kleiven hadde som utgangspunkt for sin studie. Samtidig hevder Skovsgaard og Andersen (2020, s. 459) at nyhetsunnvik-begrepet som følge av manglende konkretisering, har ført til en konseptuell tvetydighet innenfor forskingsdiskursen, noe som har ført til at omfanget knyttet til fenomenet i stor grad varierer fra studie til studie.

Med utgangspunkt i dette virker det mest hensiktsmessig å nytte Wadbrings (2016, s. 464) sjeldenkonsument-begrep i denne undersøkelsen, ettersom den har som formål å undersøke de som oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier i mindre grad enn andre, og ikke de som aldri får med seg noe slags nyhetsinnhold.

### *2.1.1 Sjeldenkonsum som demokratisk problem*

Selv om det i dag finnes en god del forskning på folks nyhetskonsum, er sjeldenkonsum fremdeles et mindre utviklet fokusområde, noe som gjør til at det i dag finnes få klare svar på hvorfor enkelte oppsøker nyheter i mindre grad enn andre (Helgerud, 2017, s. 3). Dette kan tenkes å være en årsak til at forskingsdiskursen i dag preges av uenighet når det kommer til hvorvidt man kan anse unges sjeldenkonsum som problematisk i et demokratisk perspektiv eller ikke. Et sentralt spørsmål innenfor denne debatten er hvorvidt økende valgmuligheter når det kommer til medieinnhold fører til at unge faktisk kobler seg fra nyhetsinnhold, eller om de er i ferd med å bytte fra en nyhetsplattform til en annen (Shehata, 2016, s. 761). Tidligere har de med lavt nyhetskonsum blitt regnet for å være en demokratisk utfordring i samfunnet, ettersom en rekke kvantitative studier har funnet positive korrelasjoner mellom nyhetslesing, politisk kunnskap og samfunnsengasjement (Ksiazek, Malthouse og Webster, 2010; Prior 2005, Wollebæk og Selle, 2003). Som følge av dette er forskere på den ene siden bekymret for at unges fragmenterte nyhetsbruk vil bidra til en økende polarisering i samfunnet mellom de som aktivt oppsøker nyheter og de som unngår dem. Slik Prior (2005, s. 577) påpeker er det hovedsakelig mangelen på motivasjon, og ikke mangelen på evne som er hovedutfordringene for nyhetsmedier i å nå ut til folket. En bekymring er derfor at unge i større grad vil oppsøke medieinnhold som er i tråd med deres verdenssyn, noe som potensielt vil kunne føre til at kunnskapskløftene øker i samfunnet (Prior, 2005, s. 577).

Andre mener imidlertid at disse bekymringene er overdrevne ettersom internett og sosiale medier også har vokst frem som viktige arenaer for nyhetslesing og nyhetsdeling de siste

årene (Newman, m.fl. 2020, s. 77). I en kvantitativ nederlandsk studie av folks nyhetskonsumenter finner Trilling og Schoenbach (2012, s. 45) at også de som unngår å oppsøke nyheter, og i stedet prioriterer underholdning, likevel får med seg en viss oversikt over nyheter og aktuelle saker gjennom internett. Trilling og Schoenbach (2012, s. 45) peker på at en mulig årsak til dette kan være at nyhetslesing enkelt kan integreres i mediebrukernes allerede foregående surfing på internett. Som følge av dette hevder Trilling og Schoenbach (2012, s. 45) at det ikke nødvendigvis er grunn til å frykte at internett vil føre til at flere vil miste oversikten over hva som foregår i samfunnet rundt dem, men at internett i stedet vil kunne ha en integrerende effekt ved å eksponere de som fra før av ikke selv oppsøker nyheter for aktuelle saker.

Lignende resultater finnes også i norske undersøkelser av unges nyhetskonsumenter på digitale plattformer. Blant annet finner Elvestad (2015, s. 77) i sin undersøkelse av norske elever og studenters forhold til tradisjonelle nyhetsmedier og sosiale medier at de til tross for å ikke se like mye på fjernsyn som tidligere og i mindre grad leser papiraviser, likevel viser en interesse for hva som foregår i samfunnet ved å oppdatere seg på nyheter gjennom nettaviser og sosiale medier. I denne undersøkelsen oppgir over 90% av elevene og studentene at de er på Facebook daglig og 83% av elevene og 59% av studentene oppgir Facebook som en av sine viktigste nyhetskilder (Elvestad, 2015, s. 77). I likhet med Elvestad påpeker også Slettebakk og Kjørstad (2016, s. 93) at forholdet mellom unge og nyheter ikke nødvendigvis er i oppløsning, men at det i stedet er i ferd med å ta nye former.

Til tross for at forskningsdiskursen er uenige når det kommer til konsekvenser av unges sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier, samt hvorvidt bruken av internett og sosiale medier kan regnes som tilstrekkelige kilder til nyheter i et samfunnsperspektiv, er de derimot enige i at dette er temaer som krever videre utforskning.

### *2.1.2 Mulige forklaringer til sjeldenkonsumenter*

En viktig del av denne oppgaven er å studere årsaker til at unge kvinnelige sjeldnekonsumenter ikke oppsøker nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier. Som følge av dette er det vesentlig å trekke frem noen mulige forklaringer til sjeldenkonsumenter som har fremkommet i tidligere undersøkelser. Det er her verdt å nevne at forklaringene jeg nå skal trekke frem er både kjønns og aldersuavhengig. Som en konsekvens av at sjeldenkonsumenter er et mindre utforsket område, er utfordrende å skulle avgrense forklaringer til sjeldenkonsumenter innenfor ulike kjønns- og alderssegmenter. Jeg har imidlertid valgt å skille mellom aktiv og

passiv sjeldenkonsum (Van den Bulck, 2006, s. 232), da dette kan være nyttig for å fremme ulike nyanser når det kommer til sjeldenkonsum.

Som ordet tilsier, dreier *aktivt* sjeldenkonsum seg om en unngåelse som er bevisst og preget av individuelle behov og preferanser (Van den Bulck, 2006, s. 232). Denne måten å unngå nyheter på kan også til dels sammenlignes med det Skovsgaard og Andersen (2020, s. 463) omtaler som *intentional news avoidance*, en unngåelse som tar utgangspunkt i at folk misliker nyhetsinnhold. Ved å analysere tidligere studier finner Skovsgaard og Andersen (2020, s. 465) særlig tre forklaringer til at folk aktivt unngår å oppsøke nyheter. Disse er: 1) negativitet i nyhetsmediene, 2) lav tillit til nyhetsmedier og 3) en overveldende strøm av nyheter.

Den første forklaringen, negativitet i nyhetsmediene, er særlig fremtredende i Woodstock (2014, s. 835) sin kvalitative studie av det hun omtaler som «nyhetsunnavvikere». I denne studien forklarer flere av informantene at de aktivt velger å unngå nyhetsinnhold, ettersom de forbinder dette med følelser av sorg, sinne og maktesløshet (Woodstock, 2013, s. 835). Flere av informantene hevdet også at det å eksponere seg for mindre nyheter hadde en positiv innvirkning på deres humør og sinnstilstand (Woodstock, 2013, s. 835). Tidligere studier har også vist at negativitet i nyhetsmedier kan ha effekt på nyhetskonsumenters sinnstilstand. Blant annet finner Sanchez og Potts (1994, s. 88) at negativitet i nyhetsbildet kan ha negativ effekt på mennesker som lider av depresjoner. Også i nyere tid har det blitt gjort lignende studier, og Boukes og Vliegenthart (2017, s. 144) finner i sin studie at nyhetskonsumenter som over en lengre periode blir eksponert for *harde* nyheter, har en betydelig mindre økning i velvære enn nyhetskonsumenter som i samme periode blir eksponert for *myke* nyheter.

I artikkelen *The discourse of global compassion: the audience and media reporting of human suffering* tar Birgitta Höijer (2004, s. 513) opp tema om hvordan media fremstiller lidelse i nyhetsbilde ved å vise bilder av ofre for vold, krig og massakre, og hvordan det forventes at publikum som gode borgere skal svare med medlidenhet og rasjonelt engasjement. For å forklare hvordan folk reagerer på denne typen innhold, presenterer hun de fire reaksjonsmønstrene: 1) *Tender-hearted compassion*: en medlidenhet der man i stor grad tar innover seg andre sin lidelse og føler sterk empati, 2) *Blame-filled compassion*: en medlidenhet hvor man føler et sinne for andre sin lidelse, 3) *Shame-filled compassion*: en medlidenhet hvor man føler på dårlig samvittighet ovenfor de lidende, som følge av at man selv har et godt liv og 4) *Powerlessness-filled compassion*: en medlidenhet hvor mange føler



seg utilstrekkelig av at det ikke er noe man kan gjøre for å stoppe andres lidelser. Disse reaksjonsmønstrene vil være relevante for det første analysekapittelet.

Den andre forklaringen til aktivt sjeldenkonsum, lav tillit til nyhetsmedier, er et sentralt tema innenfor mediebruksforskningen. Ifølge tall fra Reuters Digital News Report (Newman, 2020, s. 77) oppgir 45% av nordmenn at de generelt stoler på nyheter, noe som er lavere enn andre nordiske land som for eksempel Finland hvor 56% oppgir at de stoler på nyhetene, men fremdeles høyt sett i et internasjonalt perspektiv. Det finnes flere årsaker til at folk i mindre grad stoler på nyhetsmediene, men ofte blir dette diskutert i sammenheng med journalistisk kvalitet.

Dette fremkommer blant annet i Zerba (2011, s. 604) sin studie av unge sjeldenkonsumenter hvorav flere av informantene hevder at journalister ofte presenterer nyheter i et for ensidig perspektiv, noe som gjør det vanskelig for dem å stole på det de leser. Informantene i denne undersøkelsen hevder at de er særlig skeptiske når det gjelder journalisters vinklinger av politiske saker (Zerba, 2011, s. 604). Også Woodstock (2013, s 843) finner denne skeptisismen blant sine informanter, hvor flere hevder at nyhetsmediene er for lite nyanserte og til dels unøyaktige i sin fremstilling av ulike saker. I en nyere norsk undersøkelse av sjeldenkonsum, finner Helgerud (2017, s. 8) at kommersialiseringen av nyhetsmediene også kan ha innvirkninger på folks tillit til nyhetsmediene. I denne undersøkelsen hevder flere av informantene at mediene fremstår som kyniske og at de ved å prioritere sensasjons-stoff i større grad har et fokus på å tjene penger enn og tjene samfunnet (Helgerud, 2017, s. 8). Som følge av dette er det flere av informantene som heller trekker frem venner og bekjente som viktige informasjonskilder, fordi de anser sine sosiale relasjoner som mer pålitelige enn nyhetsmediene (Helgerud, 2017, s. 8).

En tredje forklaring som kan lede til sjeldenkonsum, handler om informasjonsoverbelastning. I følge Eppler og Mengis (2004, s. 326) forekommer *information overload*, oversatt til informasjonsoverflod, når forsyningen av informasjon overstiger kapasiteten til å motta den, noe som kan lede til dysfunksjonelle konsekvenser som stress, angst og redusert beslutningsevne (Eppler og Mengis, 2004, s. 326). Song m.fl. (2017, s. 1184) finner i sin kvantitative undersøkelse at en økende strøm av nyheter kan lede til en kognitiv overbelastning. Ifølge Song m.fl. (2017, s. 1184) kan dette føre til at nyhetskonsumenter

velger å fullstendig unngå nyheter, eller ta i bruk nyhetsoppsummerende tjenester for å få en filtrert og organisert presentasjon av nyheter, og på denne måten holde seg informert.

I motsetning til *aktivt* sjeldenkonsum som dreier seg om en bevisst unngåelse av nyheter, er imidlertid *passivt* sjeldenkonsum et mer komplekst fenomen da det dreier seg om en mer ubevisst unngåelse. Denne måten å unngå nyheter på kan også sammenlignes med det Skovsgaard og Anderson (2020, s. 465) kaller *unintentional news avoidance*, som dreier seg om en betinget preferanse for nyheter i forhold til annet medieinnhold. Skovsgaard og Anderson (2020, s. 465) hevder at det ikke nødvendigvis handler om at sjeldenkonsumentens preferanse for nyheter i utgangspunktet er så lavt at vedkommende aktivt unngår nyheter, men at preferansen for annet medieinnhold er sterkere. Prior (2005, s. 577) forklarer dette med at flere muligheter når det kommer til medieinnhold har gjort til at de som er interesserte i politikk og samfunnsaktuelle saker enklere vil kunne få tilgang til mer informasjon og øke sin politiske kunnskap, mens de som foretrekker underholdning enklere vil kunne unngå denne typen informasjon. Et eksempel på dette er Van den Bulck (2006, s. 233) sin undersøkelse av unngåelse av TV-nyheter. I denne undersøkelsen fremkommer det at enkelte av informantene passivt unngår nyheter ved å ubevisst, eller som følge av vane, unngå nyhetskanaler og nyhetsprogrammer til fordel for underholdningsprogrammer.

## **2.2 Sosiale medier som arena for nyhetsdeling**

Tradisjonelle nyhetsmedier har lenge blitt ansett som menneskers viktigste kilder til informasjon (Toff og Nielsen, 2018, s. 636). De seneste årene har det imidlertid skjedd et skifte hvor folk i større grad finner, kobler seg på og navigerer informasjon gjennom en bredde av digitale plattformer, inkludert sosiale medier (Toff og Nielsen, 2018, s. 636). I dag er det fremdeles de tradisjonelle nyhetsmediene som produserer det meste av nyhetsinnholdet vi konsumerer, men det har den siste tiden vært en nedgang i bruken av de tradisjonelle plattformene (Bergstrøm og Belfrage, 2018, s. 58). Samtidig viser tall fra Reuters Digital News Report (Newman, 2020, s. 77) at hele 88% av nordmenn ukentlig oppsøker nyheter på internett, hvorav 52% av disse igjen oppgir at de ukentlig oppsøker nyheter på sosiale medier. Til sammenligning oppgir 25% at de ukentlig oppsøker nyheter gjennom aviser.

Ettersom denne undersøkelsen studerer hvordan unge kvinnelige sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier nytter sosiale medier som kilder til nyheter, vil det være relevant å trekke frem noen relevante begreper og perspektiver for nyhetslesing på digitale plattformer. I

denne sammenhengen vil jeg derfor se nærmere på et utvalg lesepraksiser/bruksmønstre som kan være nyttige for å forstå informantenes nyhetslesing på sosiale medier. Deretter vil jeg gjøre rede for hvordan sosiale medier muliggjør personalisering av nyhetsinnhold. Aller først vil jeg kort forklare hva som ligger i begrepet sosiale medier, samt hva som kjennetegner sosiale nettverkstjenester.

### 2.2.1 Hva er sosiale medier?

Enjoras m.fl. (2013, s. 11) definerer sosiale medier som et samlebegrep for plattformer på internett som åpner for sosial interaksjon og som gjør det mulig for brukerne selv å skape og dele innhold i form av tekst, bilde, video eller lenker til andre nettsteder. Det finnes dermed en rekke ulike typer sosiale medier, men fokuset i denne oppgaven vil imidlertid være knyttet til det som omtales som sosiale nettverkstjenester. Sosiale nettverkstjenester er en underkategori av sosiale medier som kjennetegnes av muligheten til å vedlikeholde og bygge sosiale nettverk på nett basert på delte interesser og/eller aktiviteter (Enjoras m.fl., 2013, s. 11).

I følge Ellison og Boyd (2013, s. 8-9) kan sosiale nettverkstjenester kjennetegnes ved tre kriterier: 1) at hver bruker har en egen profil, bestående av innhold skapt av brukere selv, andre brukere og/eller systemet, 2) brukeren kan lage en liste over relasjoner som er synlig for andre brukere og 3) brukeren kan konsumere, produsere og/eller interagere med nyhetsstrømmer av brukergenerert innhold fra koblingene deres på tjeneren. Når det gjelder relasjoner, er sosiale nettverkstjenester som regel basert på enten *synkron* eller *asynkron* relasjoner. Ifølge Aalen (2016, s. 20) er *synkron relasjoner*, det man ofte kaller for «venn», hvor en bruker har sendt forespørsel til en annen bruker som igjen har godtatt denne forespørselen. *Asynkron relasjoner* er imidlertid det man ofte kaller for å «følge» noen, ettersom det handler om at en bruker kan abonnere på andres oppdateringer uten at dette er gjensidig.

Til tross for at informantene i denne undersøkelsen i utgangspunktet kan tenkes å nytte sosiale nettverkssider som kilder til nyheter, ettersom de har egne profiler, vennelister og nyhetsstrømmer, har jeg imidlertid valgt å nytte begrepet sosiale medier konsekvent gjennom hele oppgaven. Dette er fordi sosiale medier rett og slett er et mer allmenn kjent begrep og dermed også vanligere å benytte seg av.

### 2.2.2 *Personalisering av nyhetsinnhold på sosiale medier*

Allerede i 1995 foreslo Nicholas Negroponte at digitaliseringen ville føre til en mer aktiv rolle for den individuelle mediebruker, når det gjelder eksponering av nyhetsinnhold (Elvestad og Philips, 2018, s. 12). Negroponte så for seg en nyhetsfremtid hvor hver enkelt nyhetsbruker ville kunne lese nyheter tilpasset seg selv i en slags personalisert nyhetsoppsummering som han selv valgte å kalle for «The Daily Me» (Elvestad og Philips, 2018, s. 12). Han mente også at internett kunne bidra til å skape mer mangfold ved å forskyve maktbalansen fra nyhetsbyråene til det enkelte individuelle valg (Elvestad og Philips, 2018, s. 12). For å forstå hvordan informantene i denne undersøkelsen tilegner seg nyheter gjennom sosiale medier, samt hva som avgjør hvilke saker de velger å lese og ikke, vil det være relevant å se nærmere på hvordan sosiale medier gjør det mulig å personalisere nyhetsinnhold.

Ifølge Thorson og Wells (2016, s. 313) vil det være nødvendig med en viss selektivitet i dagens mediemiljø, ettersom mediene i dag i stor grad er preget av informasjonsoverflod. Som følge av dette foreslår de ideen om *kurasjon* som grunnleggende handling i vårt mediemiljø. Dette går ut på at det er den individuelle mediebruker som er i sentrum av personlige informasjonsnettverk, innebygd i flere kryssende innholdsstrømmer og kuratert av forskjellige aktører i varierende proporsjoner (Thorson og Wells, 2016, s. 313). For å forklare hva dette innebærer konseptualiserer Thorson og Wells (2016, s. 313) fem sett med kuratoraktører: journalister, strategiske formidlere, individuelle mediebrukere (personlig kurasjon), sosiale kontakter (sosial kurasjon) og algoritmiske filtre. Ettersom det er personlig og sosial kurasjon som er mest relevant for denne oppgaven, vil jeg videre belyse hva personalisering innebærer med utgangspunkt i disse begrepene.

*Personlig kurasjon* tar utgangspunkt i individene selv som kuratorer (Thorson og Wells, 2016, s. 315). Fremveksten av digitale medier og den følgende informasjonsstrømmen, har gjort det mulig for hvert individ å skreddersy sine egne informasjonsstrømmer basert på egne preferanser (Thorson og Wells, 2016, s. 315). Når det kommer til sosiale medier muliggjøres dette ved at hver enkelt bruker kan tilpasse, skreddersy og personliggjøre sine egen nyhetsstrøm ut ifra hva man velger å «like» og «følge» (Meikele, 2016, s. 80). Dette fører til at hver enkelt bruker på sosiale medier har sin egen unike nyhetsstrøm, hvor de er både mottakere og distributører av nyhetsinnhold ettersom de kan både motta og dele informasjon videre med sitt selvvalgte nettverk av venner (Meikele, 2016, s. 80).

*Sosial kurasjon* er imidlertid en form for kurasjon som blir gjort av ens sosiale relasjoner – hvor venner, familie, kollegaer og andre bekjente kan spille en rolle som opinionsledere og dermed påvirke hvilket nyhetsinnhold man som bruker blir eksponert for (Thorson og Wells, 2016, s. 316-317). Teorien om opinionsledere ble utviklet av Katz og Lazarsfeld (1955) hvor de ved å studere hvordan velgere under presidentvalget i USA i 1940 endrer syn i løpet av valgperioden, ettersom de blir influerte av andre mennesker. Lazarsfeld m.fl. (1968, s. 150) finner særlig to grunner til at personlige relasjoner er mer innflytelsesrike enn tradisjonelle medier: 1) sosiale relasjoner har større dekning og 2) de har enkelte psykologiske fordeler i forhold til de formelle mediene. Med utgangspunkt i dette utviklet Katz og Lazarsfeld (1955, s. 31-32) kommunikasjonsmodellen *to-steps-hypotesen*. Denne tar utgangspunkt i at informasjon beveger seg i flere ledd, ved å først bevege seg fra tradisjonelle nyhetsmedier og videre til opinionsledere, og dermed videre fra opinionsledere til et mindre aktivt publikum (Katz og Lazarsfeld, 1955, s. 31-32).

### **2.3 Lesepraksiser på sosiale medier**

Som nevnt innledningsvis i oppgaven, har dagens unge vokst opp med et ubegrenset utvalg av medieinnhold, noe som har gjort til at deres personlige preferanser og interesser i større grad påvirker hvilket medieinnhold de velger å eksponere seg for (Prior, 2005, s. 577). Ifølge Meijer (2007, s. 97) er dagens unge mindre søkende etter nyhetsinformasjon og mer på jakt etter inspirasjon, en følelse av tilhørighet og noe som tilfører mening i livene deres. Et fellestrekk ved informantene i denne undersøkelsen er at de opplever å få dekket sine nyhetsbehov gjennom sosiale medier. Men for å kunne analysere *hvordan* de nytter sosiale medier til å lese nyheter, vil det være nødvendig å trekke frem noen begreper knyttet til ulike nyhetspraksiser. Noen av begrepene omhandler konkrete lesepraksiser, mens andre dreier seg mer om hvilke subjektive nyhetskriterier som legges til grunn når man skal velge ut hvilket nyhetsinnhold man ønsker å lese.

#### *2.3.1 «Digging in», «flowing along», «checking up» og «stumbling upon»*

For å forstå hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier til å konsumere nyheter, er det relevant å trekke frem Jacob Ørmen (2016) sine fire lesepraksiser: *Digging in*, *flowing along*, *checking up* og *stumbling upon*. *Digging in*, oversatt til *fordypning*, er en praksis hvor man går i dybden på nyhetene og dedikerer tid til å fordype seg i dem (Ørmen, 2016, s. 168). Videre er *flowing along*, oversatt til *flytende*, er en praksis hvor nyhetene er mer i bakgrunnen,

for eksempel ved at man har en TV-nyhetssending på mens man gjør noe annet (Ørmen, 2016, s. 173). *Checking up*, oversatt til *sjekking*, er en praksis hvor man raskt tar en overordnet oversikt over nyhetene uten å gå i dybden på detaljnivå. Her kan man for eksempel skimlese overskrifter, *scanne* etter spesifikke nyheter eller kaste et blikk over aviser for å sjekk om det har hendt noe siden sist (Ørmen, 2016, s. 171). Ifølge Meijer og Kormelink (2015, s. 670) har denne sjekke-praksisen gjort nyheter mer integrert i folks hverdag, ettersom det å sette av små mikro-øyeblikk til å sjekke sosiale medier har blitt en hverdagslig rutine. På sosiale medier skjer *sjekking* raskt, i øyeblikket og uanstrengt og Meijer og Kormelink (2015, s. 670) omtaler dette bruksmønstre for *sjekkesyklus*, hvor målet er å kontinuerlig holde seg på toppen av alt som skjer i både det personlige liv og i verden for øvrig. Ørmens (2016, s. 174) fjerde og siste praksis, *stumbling upon*, oversatt til *snebling*, dreier seg om at man i dagliglivet kommer over nyheter til tross for at man ikke oppsøker dem selv.

Ørmens *sneble*-praksis kan tenkes å henge sammen med Toff og Nielsens (2018, s. 8) «nyhetene finner meg»-tankegang, som beskriver hvordan folk tilfeldig kommer over nyheter på sosiale medier. Dette perspektivet har sitt utspring i, blant annet Fletcher og Nielsen (2017, s. 2454) sin beskrivelse av hvordan unge potensielt kan bli *tilfeldig eksponert* for nyheter på sosiale medier, ved at brukeres «venner» interagerer med nyhetsinnhold, og at dette innholdet dermed dukker opp i deres egne nyhetsstrømmer. Ved å undersøke folks tanker knyttet til måter de finner, får tilgang til og navigerer informasjon på sosiale medier, finner Toff og Nielsen (2018, s. 638-639) at folk opplever at de ikke trenger å oppsøke nyhetsmedier direkte fordi de opplever å bli eksponert for nyheter gjennom sosiale medier. Informantene i Toff og Nielsen (2018, s. 638-639) opplever altså at nyheter finnes over alt, er uunngåelige og gjerne vil dukke opp mens de gjør andre ting (Toff og Nielsen, 2018, s. 643). Dette er et perspektiv som i analysen vil relevant for å forstå hvorfor informantene opplever sosiale medier som gunstige kilder til nyheter.

### 2.3.2 «Worthwhileness»

Et annet begrep som vil være relevant for å forstå hvordan informantene i enkelte sammenhenger forholder seg til nyhetsinnhold, er Schrøders (2015, s. 63) «*worthwhileness*»-begrep. På grunn av manglende presis oversettelse, velger jeg å nytte den engelske betegnelsen. «*Worthwhileness*» er et flerdimensjonalt begrep som består av syv dimensjoner, hvor hovedessensen er at et hvert nyhetsmedium og enhver nyhetsartikkel må ha en slags nytteverdi for nyhetsleseren (Schrøder, 2015, s. 63). Disse syv dimensjonene inngår i det

Schrøder (2015, s. 63) omtaler som en slags «*worthwhileness-ligning*», som igjen kan forklare hvorfor enkelte nyhetsmedium og nyhetsartikler blir valgt inn i en persons nyhetsrepertoar, mens andre ikke blir valgt. Av de syv begrepene, kan følgende tre regnes som relevante for min studie:

- 1) Tidsbruk: Et nyhetsmedium eller nyhetsartikkel må være verdt å bruke tid på. Noen saker oppleves så viktige at man som leser tar seg tiden til å lese dem, mens andre inngår i vanlige nyhetsrutiner i ledige stunder i løpet av hverdagen.
- 2) Offentlig tilknytning: Denne dimensjonen har sitt utspring fra Couldry, Livingtone og Markham (2010, s. 7) sitt «*public connections*»-begrep som dreier seg om folks orientering mot tema og saker som kan anses å være av felles interesse. Schrøder kaller dette selve innholdsdimensjonen av «*worthwhileness*», og har valgt å utvide begrepet til å inkludere alt nyhetsinnhold som bidrar til å opprettholde relasjoner til ens nettverk og/eller samfunnet. Han skiller også mellom *demokratisk worthwhileness* som er innhold som henvender seg til borgeridentiteten, og *hverdagslig worthwhileness* som er innhold som knytter deg til ditt personlige nettverk.
- 3) Deltakende potensiale: For noen mennesker er muligheten for deltakelse viktig for hvilke nyheter som leses, for eksempel mulighetene for å dele sakene med venner og/eller «like» saker på sosiale medier.

Disse dimensjonene kan i utgangspunktet tenkes å være interessante i sammenheng med å studere hvilket nyhetsinnhold ulike nyhetskonsumenter opplever som interessante og oppsøke. Ettersom denne undersøkelsen ikke har som formål å gå i dybden av informantenes preferanser for nyhetsinnhold, vil dimensjonene først og fremst nyttes for å forstå hvordan informantene i enkelte sammenhenger forholder seg til nyhetsinnhold. Dette som del av det å utforske hvorfor informantene opplever sosiale medier som gunstige kilder til nyheter.

## **2.4 Alternative borgeridealer**

Som borger i et demokrati blir det forventet at man skal orientere seg mot samfunnet. Dette kravet kan man finne implisitt under § 100 i Grunnloven (1814), som pålegger staten å legge til rette forholdene for en åpen og opplyst offentlig samtale. Hva en slik orientering bør innebære og hvordan denne skal utartes i borgernes hverdagsliv er derimot mer uklart. Det

finnes imidlertid flere demokratiteorier som forsøker å forklare nettopp dette, og det de alle har til felles er et ideal om en informert borger (Ferree m.fl. 2002, s. 316).

Dette går ut på at man som borger i et samfunn har ansvar for å tilegne seg nødvendig informasjon om samfunnet slik at man skal kunne delta i offentligheten og gjennomføre rasjonelle politiske og private valg (Ferree m.fl. 2002, s. 316). Strömbäck (2005, s. 334) legger blant annet frem de fire modellene *prosedyremessig modell*, *konkurransemessig modell*, *deltakende modell* og *deliberativ modell*, hvor alle stiller ulike normative forventninger til borgere, mediene og maktinnehaverne i samfunnet. I en minimumsvariant forventes det at borgerne respekterer reglene og prosedyrene i samfunnet og at stemmeretten, ytringsfriheten og pressefriheten ivaretas (Strömbäck, 2005, s. 334). Det stilles imidlertid ingen krav om hvordan borgerne skal nytte seg av dette (Strömbäck, 2005, s. 334). I en maksimumsvariant forventes det derimot at borgerne aktivt skal engasjere seg politisk ved å holde seg oppdatert på nyhetssaker, danne egne meninger og aktivt søke etter likesinnede (Strömbäck, 2005, s. 339).

Idealet om den informerte borger har lenge blitt sett på det normative grunnlaget for å kunne forstå og vurdere nyhetsbrukere (Ytre-Arne og Moe, 2018, s. 227). Selv om mye har endret seg i mediebransjen de seneste årene, har dette idealet fremdeles vært stabilt (Helgerud, 2017, s. 4). Samtidig har det av flere forskere blitt kritisert for å være urealistisk, da idealet krever at man som borger skal holde seg oppdatert på alt som foregår i den politiske og offentlige sfæren til enhver tid (Moe m.fl. 2019, s. 16). For å forstå hvordan informantenes samfunnsengasjement henger sammen med deres nyhetskonsument, vil det være relevant å trekke frem noen hovedlinjer i diskusjonen om den informerte borger som demokratisk ideal. I de følgende avsnittene vil jeg derfor presentere noen alternative idealer og perspektiver til idealet om den informerte borger.

#### 2.4.1 Overvåkende borgere

I boken «The Good Citizen» (1998) argumenterer Michael Schudson for at idealet om den informerte borger, eller «the Informed Citizen» som han selv kaller det, er utdatert som følge av at det ikke tar hensyn til den historiske utviklingen eller den økte mengden med informasjon som i dag er nødvendig å sette seg inn i for og være opplyst om hendelser i offentligheten. Som følge av at vi i dag har et betydelig større utvalg nyheter å forholde oss til, samt eksponeres for nyheter på flere nye måter enn tidligere, mener Schudson at det trengs



en ny forståelse av det demokratiske borgeridealet. Som et alternativ til idealet om den informerte borger foreslår han i stedet idealet om «the Monitorial Citizen», oversatt til idealet om *overvåkende borgere*. I motsetning til idealet om den informerte borger, forventer ikke idealet om den *overvåkende borger* at man skal være oppdatert på alle samtidspolitiske saker til enhver tid (Schudson, 2000, s. 16). Ifølge Schudson (2000, s. 16) er det tilstrekkelig at borgerne er kjent med hvilke rettigheter de har, samt hvilke redskaper som er tilgjengelige for å beskytte dem. Schudson (2000, s. 16) poengterer at idealet om den *overvåkende borger* ikke er en erstatning for idealet om den informerte borger, men at det er en modifikasjon som er bedre egnet til å fange borgernes aktiviteter i moderne samfunn. Han argumenterer videre for at idealet om den *overvåkende borger* vil skape borgere som alltid er på vakt og tilstrekkelig informert om hva som foregår rundt dem i samfunnet, samtidig som de kan bruke tiden sin på andre ting (Schudson, 1998, s. 310-311).

I artikkelen *Approximately Informed, Occasionally Monitorial? Reconsidering Normative Citizen Ideals* argumenterer Ytre-Arne og Moe (2018, s. 235) for at Schudsons (1998, s. 310-311) teori om *overvåkende borgere* kan videreføres til det de omtaler som «occasionally monitorial», oversatt til *sporadisk overvåkende*. Dette tar utgangspunkt i at man ved å nytte sosial medier som kilder til nyheter, ikke nødvendigvis vil kunne være fullstendig informert, men samtidig heller ikke i stand til å kontrollere hva man mangler av informasjon. Med utgangspunkt i dette, kan Schudsons (1998, s. 310-311) *overvåkende borgere* også videreføres til nyhetslesing på sosiale medier.

#### 2.4.2 Alarm-standard

John Zaller (2003, s. 114) mener i likskap med Schudson at idealet om den informerte borger stiller urealistiske høye krav til borgerne i samfunnet, som i dag vil være umulige å imøtekomme. Samtidig legger Zaller (2003, s. 119) vekt på at borgerne i dagens samfunn forholder seg annerledes til nyhetsinformasjon. I denne sammenhengen viser han til økonomen Anthony Downs (1967, referert i 2003, s. 119) som hevdet at en rasjonell borger ikke vil søke etter informasjon, fordi det å oppsøke informasjon er kostbart i form av at det er tidkrevende. Som følge av dette hevder Downs (1967, referert i 2003, s. 119) at borgerne i samfunnet heller vil nytte tiden sin til andre ting og i stede få informasjon fra et nettverk av kilder som oppsøker denne informasjonen for dem. Dette nettverket kan for eksempel bestå av organisasjoner, politiske partier og nyhetsmedier, venner og familie (Zaller, 2003, s. 119).

I følge Zaller (2003, s. 114) var idealet om den informerte borger mer realistisk å oppnå på 1800-tallet, da det først og fremst ble produsert færre nyheter, men også fordi det ble vektlagt mer sunne prinsipper og mindre komplekse fenomener i nyhetsmediene. Som følge av dette forslår Zaller en ny nyhetsstandard: «the Burglar Alarm news standard», oversatt til *alarm-standarden*. Denne går ut på at nyhetsmedienes viktigste oppgave er å slå alarm rundt store hendelser og når noen begår et overgrep mot samfunnet (Zaller, 2003, s. 110). Tanken bak *alarm-standeren* er at nyhetene vil skjære igjennom offentligheten på en slik måte at få vil kunne gå glipp av de (Zaller, 2003, s. 122). Zaller (2003, s. 122) argumenterer også for at *alarm-standarden* vil kunne ha en positiv effekt på borgernes politiske interesser ettersom nyhetene vil bli formidlet på en mer engasjerende måte.

Zaller sin *alarm-standard* fremstår imidlertid problematisk på flere måter, ettersom den verken definerer hvilke kriterier som skal legges til grunn for å definere en nyhet som viktig nok til å slå alarm, eller hvordan den skal gjennomføres i praksis. Sistnevnte står for øvrig sentralt i Bennett (2003, s. 131) sin kritikk av Zaller. Ifølge Bennett (2003, s. 131) er *alarm-standeren* allerede en foregående praksis i nyhetsmediene, ettersom mye av dagens nyheter kan karakteriseres som «innbruddsalarmer». Denne alarmen kan tenkes å være særlig gjenkjennbar i dagens digitale medielandskap hvor det florerer av nyhetsapper og push-varsler som varsler lesere om saker nyhetsmediene selv mener er viktige.

#### 2.4.3 Offentlig tilknytning

En annen tilnærming til borgerrollen som skiller seg fra idealet om den informerte borger er Couldry m.fl. (2010, s. 5) sin teori om «public connection», oversatt til *offentlig tilknytning*. I likskap med både Schudson og Zaller mener Couldry (2010, s. xvii) at endringer i dagens medielandskap og folks medievaner, bør medfølge endringer i hvilke krav som stilles til borgeres orientering i samfunnet. I stedet for å ta utgangspunkt i normative borgeridealer som grunnlag for hva man skal forvente av borgere i samfunnet, forutsetter Couldry m.fl. (2010, s. 3) i stedet at det før finnes et normativt minstenivå av oppmerksomhet fra borgerne for at de skal kunne orientere seg mot offentligheten. Couldry m.fl. (2010, s. 5) hevder at man kun kan vurdere borgeres grad av offentlig engasjement ved å studere deres hverdagspraksiser når det kommer til mediebruk, og foreslår som følge av dette teorien om *offentlig tilknytning*.

*Offentlig tilknytning* handler om en orientering mot tema og saker som kan anses å være av felles interesse (Couldry m.fl., 2010, s. 7). Disse sakene kan i og for seg være politiske, men

den *offentlige tilknytningen* kan også videreføres til å dreie seg om ander samfunnsaktuelle temaer (Couldry m.fl., 2010, s. 7).

#### 2.4.4 Idealet om en beredt borger

*Offentlig tilknytning* er også utgangspunktet for Moe (2020, s. 205) som i artikkelen *Distributes Readiness Citizenship: A Realistic, Normative Concept for Citizens' Public Connection* foreslår idealet om *en beredt borger* som alternativ til den informerte borger. Ifølge Moe (2020, s. 209) er idealet om den informerte borger problematisk som følge av to årsaker: 1) det forventer for mye av borgerne, ettersom ingen kan forventes å være informerte om alle sakene på den politiske dagsordenen til enhver tid og 2) det tar utgangspunkt i at det å være informert leder til demokratisk deltakelse, noe som ikke nødvendigvis vil være tilfelle i virkeligheten.

Moe (2020, s. 216) hevder at det er behov for et mer realistisk normativt konsept, som verken dreier seg om å bli informert eller overvåke, og foreslår som følge av dette idealet om en beredt borger. Dette går ut på at man som borger ikke behøver å være informert om alle aktuelle spørsmål, men at man i stedet har en slags generell politisk interesse, ressurser og effektivitet til å handle når det trengs (Moe, 2020, s. 217). Ifølge Moe (2020, s. 214) er det enhvers eget informasjonsmiljø i seg selv som ligger til grunn for hvilke ressurser hver borger har til rådighet, noe som kan være bestående av en rekke medier og leverandører, men også det sosiale nettverket som for eksempel politiske organisasjoner, familie, venner, kollegaer og eksperter av forskjellige slag. Idealet om *den beredte borger* er tydelig inspirert av både Schudsons (1998, s. 310-311) *overvåkende borger* og Zallers (2003, s. 122) *alarm-standard*, men den vektlegger altså i mindre grad hvert enkelt individ sine enkeltstående handlinger. Det blir ikke forventet at hver borger kontinuerlig skal overvåke nyhetsbildet, eller at alle aktivt lytter etter at alarmer skal gå av (Moe, 2020, s. 218). Ifølge Moe (2020, s. 218) er det det viktigste at hver borger har generelle politiske kunnskaper, og at noen i ens sosiale nettverk reagerer dersom det skulle være nødvendig.

## 2.5 Teoretisk anvendelse i analysen

Dette kapittelet har sett på perspektiver, teorier og begreper knyttet til sjeldenkonsum, sosiale medier og samfunnsengasjement, som videre vil legge grunnlaget for analysen. I det første kapittelet blir forklaringer knyttet til aktivt og passivt sjeldenkonsum relevante for å forstå

hvilke årsaker som ligger til grunn for at unge kvinnelige sjeldenkonsumenter sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Det andre analysekapittelet tar for seg sjeldenkonsumentenes erfaringer med sosiale medier som nyhetskilde. I dette kapittelet vil Thorson og Wells (2016, s. 315-317) sine perspektiver knyttet til *personlig* og *sosial kurasjon* være relevante for å forstå hvordan informantene blir eksponert for nyheter gjennom sosiale medier. Videre vil perspektivene og begrepene knyttet til ulike lesepraksiser være relevante for å forstå *hvordan* informantene i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter. I det siste analysekapittelet vil informantenes nyhetsbruk og samfunnsengasjement diskuteres opp demokratisk teori. Her vil Schudsons (1998) ideale om *overvåkende borgere* og Couldry, Livingstone og Markham (2010, s. 7) sin teori om *offentlig tilknytning* være særlig relevant. Før jeg går inn i selve analysen, vil jeg først presentere den metodiske fremgangsmåten og opplegget i undersøkelsen.

## Kapittel 3: Metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for forskingsprosessen og valgene jeg har tatt undervegs for å best mulig kunne besvare oppgavens problemstilling. Dette innebærer planlegging og gjennomføring av studien, rekruttering og informantutvalg, etiske problemstillinger og vurdering av forskingsopplegget. Aller først vil jeg ta for meg valg av metode.

### 3.1 Kvalitativ metode

For å kunne undersøke unge kvinners refleksjoner knyttet til sitt eget sjeldenkonsum av tradisjonelle medier, deres erfaringer med å nytte sosiale medier som nyhetskilder, samt hvilke refleksjoner de har knyttet til sitt eget samfunnsengasjement, falt valget naturlig på kvalitativ metode. En fordel med den kvalitative metoden er at den er åpent utforskende og eksplorerende (Gentikow, 2005, s. 39). Dette er noe jeg anser som en styrke for denne undersøkelsen, da motivasjonen hele vegen har vært å komme inn på informantene og skape en dypere forståelse av deres opplevelser, oppfatninger og forståelser knyttet til eget sjeldenkonsum. En kvantitativ metode vil i denne sammenhengen kunne nyttes til å undersøke omfang, fordelinger og statistiske sammenhenger (Skilbrei, 2019, s. 14), når det kommer til unge kvinners sjeldenkonsum. Men, den vil i mindre grad være hensiktsmessig når det kommer til å undersøke hvilke erfaringer og følelser sjeldenkonsumenter har (Gentikow, 2005, s. 36). For å komme mest mulig i dybden av informantenes refleksjoner knyttet til sitt eget sjeldenkonsum, samt forsøke å forstå hvordan de nytter sosiale medier som kilder til nyheter, valgte jeg å nytte *kvalitativt intervju* og observasjonsøvelsen «*think aloud*» som del av det metodiske forskingsopplegget.

#### 3.1.1 Kvalitativt intervju

Hovedårsaken til at jeg valgte å nytte kvalitative intervju som hoveddel i det metodiske opplegget er fordi vi, som vist innledningsvis i oppgaven, i dag fremdeles har liten innsikt i unge sjeldenkonsumenters livsverden. Kvalitative intervjuer fokuserer på å utvikle fyldige og omfattende kunnskaper om hvordan andre mennesker opplever sin livssituasjon, samt hvilke synspunkter og perspektiver de har på ulike temaer (Thagaard, 2009, s. 89), og virker som følge av dette hensiktsmessig å nytte dette som tilnærming i undersøkelsen. I kvalitative intervjuer er det gjennom informantenes verbale uttrykkelse at man som forsker får tilgang til fenomenet (Gentikow, 2005, s. 45). Som følge av dette er man som forsker avhengig av en god kommunikasjon med informantene (Grønmo, 2017, s. 170). Jeg valgte derfor å nytte

ansikt-til-ansikt intervju, da et direkte nærvær mellom forsker og informant vil kunne legge til rette for gode og direkte svar (Gentikow, 2005, s. 84). Intervjuene måtte imidlertid gjennomføres på Zoom, på grunn av den pågående koronapandemien. Samtidig valgte jeg å benytte meg av semistrukturerte intervjuer, hvor jeg i forkant av intervjuet utarbeidet en intervjuguide med temaer jeg ønsket å snakke om i løpet av intervjuet. En fordel med denne intervjuformen er at den i stor grad preges av fleksibilitet, og man kan dermed som forsker enkelt følge opp informantenes fortellinger med oppfølgingsspørsmål og som følge av dette utdype temaer informanten bringer opp, som man kanskje ikke hadde tenkt på i forkant (Thagaard, 2009, s. 95). Dette var særlig nyttig for mitt prosjekt, ettersom informantenes refleksjoner og erfaringer som sjeldenkonsumenter naturligvis varierte ut ifra egne opplevelser og følelser. Som følge av dette ble jeg nødt til å tilpasse intervjuene med ulike oppfølgingsspørsmål til hver enkelt informant. Utformingen og gjennomføringen av intervjuet er noe jeg vil komme tilbake til senere i dette kapitlet.

### 3.1.2 Observasjonsøvelsen «*think aloud*»

Ettersom kvalitativt intervju enkelt lar seg kombinere med andre kvalitative tilnæringer (Østbye mfl., 2013, s. 105), valgte jeg å nytte den innovative observasjonsøvelsen «*think aloud*» som del av det semistrukturerte intervjuet. «*Think aloud*» ble først tatt i bruk på 1930-tallet for å studere kreative resonnement, tankeprosesser og kognitive ferdigheter innenfor psykologi og samfunnsvitenskap (Tammi, 2016, s. 77). Formålet med denne metoden er å få informanter til å snakke høyt mens de utfører en oppgave, noe som kan bidra til å fremme spontane reaksjoner og refleksjoner (Kormelink, 2020, s. 868). Kormelink og Meijer (2018, s. 671) brukte blant annet «*think aloud*» som metode i en studie av hvordan publikum velger å klikke eller ikke klikke på digitale nyheter, hvor de ved å studere informantenes spontane interaksjoner og reaksjoner med digitale nyheter kunne avdekke 30 ulike vurderinger folk gjør seg før de velger å klikke eller ikke klikke på nyheter.

I denne undersøkelsen var imidlertid formålet med å nytte observasjonsøvelsen å få en bedre forståelse av informantenes nyhets-lesepraksiser på sosiale medier. Som del av det semistrukturerte intervjuet fikk dermed informantene i oppgave å *scrolle* igjennom nyhetsstrømmen på et sosialt medium hvor de opplever å bli eksponert for nyheter fra og fortelle høyt om hvilket nyhets-innhold de opplevde som interessant, samt hvordan de vanligvis ville ha interagert med det gitte nyhetsinnholdet. Ut ifra dette fikk jeg som forsker mulighet til å danne meg et visst inntrykk av hvordan informantene oppfører seg i møte med

nyheter på sosiale medier, hvordan nyhetslesinger i praksis foregår i hverdagen deres, samt hva de selv forstår med nyhetsbegrepet.

### **3.2 Informantutvalg og planlegging av undersøkelsen**

Undersøkelsen baserer seg på intervju med elleve informanter, noe som er innenfor Gentikow (2005, s. 77) sin anbefaling om en minimumsgrense på ti informanter for kvalitative intervju. I utgangspunktet så jeg for meg å intervju mellom 15-20 informanter i aldersgruppen 18-30 år, med ulike utdanninger, jobber og interesser, men jeg innså etter hvert at det ville bli for omfattende i forhold til tid og ressurser for dette prosjektet. Jeg opplevde imidlertid å nå et visst metningspunkt (Gentikow, 2005, s. 77) mot slutten av datainnsamlingen, ettersom informantenes forklaringer begynte å ligne hverandre. Videre skal jeg se nærmere på pilotintervjuet, rekrutteringen av informanter og selve informantutvalget.

#### *3.2.1 Pilotintervju*

I forkant av undersøkelsen valgte jeg å gjennomføre et pilotintervju, da det kan være nyttig å teste ut praktiske omstendigheter i forkant av selve forskingsintervjuene (Gentikow, 2005, s. 81). Pilotstudier fører ofte med seg små justeringer av opplegget og avverger at det blir begått grove feil i selve undersøkelsen (Gentikow, 2005, s. 82). Under pilotstudien var jeg særlig interessert i å finne ut hvordan intervjuguiden fungerte i praksis, om spørsmålene ledet til svar som var hensiktsmessige i forhold til temaet jeg ville undersøke, om rekkefølgen på spørsmålene virket naturlig og skapte god flyt i samtalen og hvordan dette samlet styrket eller svekket rollespillet mellom forsker og informant. I og med at intervjuene måtte gjennomføres på Zoom var jeg også interessert i å få testet ut at det tekniske fungerte, særlig med tanke på opptak, ettersom jeg skulle transkribere intervjuene i etterkant. Jeg var også interessert i å finne ut omtrentlig tidsbruk for intervjuet.

Informanten til pilotstudien var en førsteårsstudent på bachelorprogrammet i medier og kommunikasjon ved Universitetet i Bergen som jeg ikke hadde noen personlig relasjon til fra før. Jeg anså det som en fordel å intervju noen som var tidlig i studiene og derfor ikke hadde satt seg godt inn i temaene vi skulle snakke om på forhånd, da de fleste intervjuer om mediebruk foretas blant såkalte «alminnelige mennesker» som ikke nødvendigvis behersker fagterminologi og utstrakt bruk av fremmedord (Gentikow, 2005, s. 81).

Gjennomføringen av pilotintervjuet bekreftet først og fremst hvilken del av intervjuguiden som fungerte best og hva som fungerte mindre bra. Jeg opplevde at intervjuguiden førte til mange interessante svar, men at det tok noe lang tid før samtalen og intervjuet kom skikkelig i gang. Som følge av dette valgte jeg å endre på rekkefølgen på enkelte temaer i intervjuguiden, slik at samtalen ville komme raskere i gang om det jeg faktisk ønsket å undersøke. Jeg opplevde også at informanten til tider virket nølende og spurte meg om jeg kunne forklare hva jeg mente med enkelte spørsmål. Dette førte til at jeg i ettertid måtte spesifisere og omformulere noen av spørsmålene, slik at det skulle bli tydeligere for fremtidige informanter å skjønne hva jeg faktisk spør om.

Jeg erfarte også at bruken av Zoom skapte enkelte utfordringer, først og fremst med tanke på bruken av observasjonsøvelsen «think aloud» ettersom det var svært vanskelig å observere informantens interaksjon på sosiale medier gjennom kamera. Dette gjorde til at jeg ved de andre intervjuene ble nødt til å be informantene om å dele skjermen sin på Zoom, slik at det ble enklere å observere deres bruk av sosiale medier. En annen utfordring jeg opplevde med Zoom var at pilotintervjuet ble noe kort, noe som kan tenkes å skyldes at man ved å gjennomføre digitale samtaler gjerne fatter seg i noe kortere lag enn man hadde gjort dersom intervjuet hadde funnet sted i samme rom. Som følge av dette valgte jeg å legge til litt flere oppfølgingsspørsmål i intervjuguiden, for å sørge for at de videre intervjusamtalene ble noe lengre og forhåpentligvis dypere.

### *3.2.2 Rekruttering av informanter*

I rekrutteringsprosessen ønsket jeg å finne informanter i aldersgruppen 18-30 år med ulik utdanning, jobb og interesser som også selv opplever å sjelden oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier og gjerne nytter sosiale medier som primærkilde til nyheter. Til tross for at studien ikke ville kunne gi representative funn, ønsket jeg likevel å intervju mest mulig ulike informanter, da et heterogent utvalg kan vise både individuelle forskjeller og felles mønstre (Gentikow, 2005, s. 79).

Rekrutteringsprosessen til denne undersøkelsen foregikk på to ulike måter. Aller først gikk jeg frem ved å nytte det Gentikow (2005, s. 80) omtaler som *snøballmetoden*, hvor jeg spurte venner og bekjente om de visste om noen som kunne være interesserte i å stille opp som informanter i undersøkelsen. Denne fremgangsmåten kan kritiseres ettersom man ved å nytte eget nettverk til å finne informanter, kan risikere å ende opp med et utvalg som er lik en selv.



Den viste seg også å være lite effektiv og jeg fikk i første omgang kun rekruttert en informant ved å nytte denne fremgangsmåten. Som følge av dette bestemte jeg meg for å prøve ut *selvseleksjon*, som tar utgangspunkt i at man inviterer folk til å delta som informanter gjennom for eksempel avisoppslag eller oppfordring på nettsted (Gentikow, 2005, s. 80).

I mitt tilfelle valgte jeg å publisere en rekrutteringstekst på min egen Facebook-profil og i diverse andre «hjelp til alt mulig»- grupper på Facebook. I rekrutteringsinnlegget stilte jeg følgende krav til informantene: At de var kvinner mellom 18 og 30 år, sjeldent oppsøker nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier som aviser, tv og radio og opplever å bli eksponert for nyheter gjennom sosiale medier. Denne måten å rekruttere informanter på var det som var mest effektivt for min del og det var flere som tok kontakt og fortalte at de kjente seg igjen i beskrivelsen i rekrutteringsinnlegget. Det fungerte også bra å gå tilbake til *snøballmetoden* etter jeg hadde rekruttert en del informanter gjennom *selvseleksjon*, og spørre de informantene som allerede deltok i undersøkelsen om de kjente til andre som kanskje kunne tenke seg å delta.

Planen var egentlig å rekruttere minimum 15 informanter i alderen 18-30, men jeg valgte etter hvert å avgrense alderen til 20-30 ettersom jeg opplevde det som utfordrende å rekruttere informanter helt ned i 18-års alder. Samtidig virket det hensiktsmessig å rekruttere informanter som har tidligere erfaringer med politiske valg, ettersom samfunnsengasjement og stemming ved valg var et av temaene i intervjusamtalen. I slutten av november 2020 hadde jeg gjennomført 10 intervjuer og planlagt to ytterligere intervju hvorav den ene informanten valgte å avlyse grunnet eksamen, mens den andre sluttet å svare da jeg tok kontakt. Jeg klarte å rekruttere en siste informant i midten av desember og fikk dermed gjennomført det ellefte intervjuet før høstsemesteret var over. I januar ønsket jeg å komme i gang med analyse av datamaterialet og jeg besluttet i samråd med veileder at jeg skulle prioritere tiden på analysen fremfor å rekruttere ytterlige flere informanter. Denne beslutningen ble også tatt med utgangspunkt i at jeg opplevde å ha nådd et visst metningspunkt når det kom til informantenes besvarelser av de mest sentrale forskningsspørsmålene.

### *3.2.3 Kort presentasjon av informantene*

Informantutvalget i denne undersøkelsen består av elleve kvinner i alderen 20-27 år. Som nevnt innledningsvis er kjønns-faktoren i denne undersøkelsen først og fremst et metodisk valg, og ikke et undersøkelsesmoment i seg selv. Jeg har valgt å fokusere på kvinner, ettersom tidligere studier har sett tendenser til at kvinner oftere enn menn er sjeldenkonsumenter av nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier (Moe m.fl., 2019, s. 58). Utover dette er ikke motivasjonen i undersøkelsen å studere verken kvinner som kjønnsgruppe i seg selv, ei heller å studere andre sosiale og demografiske grupper.

Informantene i denne undersøkelsen er først og fremst rekruttert med utgangspunkt i at de selv mener at de i liten grad oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier og dermed passer inn i kategorien sjeldenkonsumenter. Til tross for at de i liten grad oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier er det dermed ikke sagt at de ikke leser noen nyheter, men felles for alle er at de opplever å få dekket sine nyhetsbehov gjennom sosiale medier. Når det er sagt er interessen for nyheter svært varierende blant informantene og noen er klart mer interessert i både spesifikke temaer og generelt hva som foregår i samfunnet enn andre.

Til tross for at informantene er i en relativ lik aldersgruppe er livssituasjonene varierende: noen studerer, mens andre jobber eller tar opp videregående fag. Noen bor i kollektiv, mens andre er mer etablert og bor sammen med kjæreste eller ektemann. Tabell 1 viser en kort presentasjon av informantenes bakgrunn når det gjelder utdanningsnivå og alder, videre hvilke nyhetsaktører de selv følger på sosiale medier, samt en oversikt over hva de selv anser som sine viktigste kilder til nyheter.

Informant	Alder	Utdanningsnivå	Yrke	Følger nyhetsaktører på sosiale medier	Hovedkilde til informasjon om samfunnet
Mariann	24	Bachelor (kulturfag)	Student	Følger ingen	Venner/familie
Kristin	20	Bachelor (psykologi)	Student	Følger TV2 Nyhetene, NRK, CNN, NYT og The Guardian	Facebook
Marte	22	Master (design)	Grafisk designer	Følger BT, Aftenposten, NRK og VG	Facebook/samboer/venner
Anja	26	Master (Biologi)	Student	Følger BT, BA, NRK og TV2 Nyhetene	Facebook
Vilje	25	Bachelor (sosiologi)	Sosionom	Følger BA, BT, VG, Dagbladet og Tysnesavisen	Facebook/venner/kollegaer
Kristine	27	Bachelor (pedagogikk)	Miljøterapeut	Følger NRK, NRK Nordland	FacebookSamboer/venner /kollegaer
Olea	20	Bachelor (pedagogikk)	Student	NRK Nyheter	Instagram/venner
Mari	20	Bachelor (Lærer)	Student/ butikkmedarbeider	NRK Nyheter, Følger Drammens Tidene	Instagram/venner/
Frida	26	Videregående	Servitør/bartender	Følger VG, BA, Sarpsborg Arbeiderblad, Halden Arbeiderblad	Facebook/venner/familie
Amalie	25	Bachelor (Pedagogikk)	Student/ butikkmedarbeider	Nei	Facebook/Instagram/ venner
Trine	26	Master (Sosialantropologi)	Student	NRK Nyheter	Venner

**Tabell 1:** Oversikt over informantutvalg med anonymiserte navn

### 3.3 Intervjuguide og gjennomføring av intervju

I dette delkapittelet vil jeg se nærmere på utformingen av intervjuguiden og beskrive hvordan intervjuene ble gjennomført. Som nevnt valgte jeg å gjennomføre semistrukturerte intervju og med utgangspunkt i problemstillingen og forskningsspørsmålene utformet jeg en intervjuguide som bestod av temaene: *forhold til tradisjonelle nyhetsmedier, sosiale medier som kilder til nyheter, «think aloud» - interesser på sosiale medier og samfunnsengasjement*. Etersom jeg ønsket at informantene skulle få snakke mest mulig fritt om de ulike temaene, fungerte intervjuguiden først og fremst som en oversikt over temaene jeg ville snakke om i løpet av intervjuet. Som følge av dette lot jeg informantene uttale seg fritt dersom de skulle komme inn på de ulike temaene først, og jeg fikk samtidig rom til å stille relevante oppfølgingsspørsmål der det måtte passe. Til tross for at intervjuguiden ikke ble fulgt slavisk, opplevde jeg likevel å ha en viss rekkefølge i løpet av intervjuene, da temaene i intervjuguiden til dels overlappet hverandre.

Alle intervjuene ble gjennomført i løpet av høstsemesteret i 2020, fem i slutten av oktober, fem i november og ett i begynnelsen av desember. Som følge av strenge smitterestriksjoner knyttet til Covid-19, ble intervjuene gjennomført på video-tjenesten Zoom. Samtalene ble tatt opp og transkribert i etterkant. Intervjuene varte gjennomsnittlig i 40 minutter, hvor det korteste varte i 35 minutter og det lengste i 56 minutter. I forkant av intervjuene fikk informantene tilsendt informasjon om undersøkelsen og prosjektet, samt samtykkeerklæring som de signerte og leverte tilbake til meg før intervjuet startet. I begynnelsen av intervjuene forklarte jeg også hva prosjektet handlet om og hvordan intervjuet skulle gjennomføres. Jeg opplyste også om deres rettigheter som informanter og hvordan datamateriale skulle behandles. Intervjuene ble tatt opp med Zoom sin egen opptaksfunksjon og lagret i egne låste mapper på min private Mac.

I begynnelsen av hvert intervju startet jeg med å fortelle informantene om undersøkelsen min, samt deres rettigheter som informanter. Jeg stilte de også litt generelle spørsmål om jobbsituasjon, studier, interesser og bosituasjon. Flere av informantene fortalte at de var nervøse på forhånd, så jeg opplevde det som viktig å starte med litt «enkle» spørsmål i begynnelsen for å få praten i gang og sørge for at informantene skulle kjenne seg trygge og komfortable i intervjusituasjonen.

Selve intervjuet var delt i fire deler. Første del handlet om informantenes forhold til tradisjonelle nyhetsmedier. Her stilte jeg blant annet informantene spørsmål som: «I hvilken grad vil du si at du interesserer deg for nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier?», og «kan du huske sist du oppsøkte nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier, hvorfor gjorde du dette?». Ut ifra dette fikk jeg en innsikt i informantene sine tanker knyttet til tradisjonelle nyhetsmedier, samt hvilke årsaker som ligger til grunn for at de sjelden oppsøker nyheter. Andre del av intervjuet handlet om informantenes bruk av sosiale medier som nyhetskilder. Her fikk de blant annet spørsmål om hvordan de opplever å bli eksponert for nyheter gjennom sosiale medier, om de selv følger nyhetsaktører og om de opplever å bli eksponert for nyheter ved at venner deler nyhetssaker.

I tredje del av intervjuet valgte jeg å bruke observasjonsøvelsen «*think aloud*» og informantene ble her bedt om å *scrolle* gjennom nyhetsstrømmen på et valgfritt sosialt medium som de opplever å bli eksponert for nyheter fra. De fleste valgte Facebook til dette formålet, mens noen valgte også Snapchat og Instagram. Informantene ble så bedt om å fortelle høyt hva de så, hvilket innhold og nyhetssaker de synes virket interessante, samt hvordan de vanligvis ville ha interagert med innholdet som dukket opp. Målet med denne øvelsen var å få informantene til å skape en bedre innsikt i hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter, samt hva de selv forstår med nyhetsbegrepet.

Den siste delen av intervjuet handlet om samfunnsengasjement. I denne sammenhengen fikk informantene spørsmål som: «hvor viktig er det for deg å snakke om hva som skjer i samfunnet med andre?», «hvor finner du informasjon til å gjøre deg opp meninger om hva som foregår i samfunnet?» og «stemmer du ved politiske valg?». Jeg spurte også informantene om hvilke tanker de har om viktigheten av nyheter i et demokratisk samfunn og om de selv hadde politiske saker som var viktige for dem. Dette gav meg innsikt i informantenes tanker om eget samfunnsengasjement, og dannet grunnlaget for at jeg videre kunne studere informantene som overvåkende og/eller offentlig tilknyttede borgere.

Som følge av at intervjuene foregikk på Zoom, kunne alle informantene la seg intervju hjemme fra i trygge og kjente omgivelser. De fleste av intervjuene gikk derfor uforstyrret for seg, med unntak av et par tilfeller hvor venner eller samboere kom hjem og oppholdt seg i nærheten av informantene. Til tross for et par forstyrrelser, klarte likevel informantene å konsentrere seg og fullføre svarene sine. Jeg vil trekke frem «*think aloud*»-øvelsen som et

positivt innslag i intervjuene, da stemningen ble betydelig løsere av å gi informantene praktiske oppgaver. Dette kom godt med på veien inn i det som kan tenkes å være den mest krevende delen av intervjuet, nemlig tema samfunnsengasjement. I denne delen syntes informantene å være mer frislupne og de kom med gode og oppriktige refleksjoner knyttet til sitt samfunnsengasjement.

### **3.4 Analyse og bearbeiding av datamateriale**

Nå vil jeg ta for meg hvordan jeg gikk frem for å behandle datamaterialet, samt gjøre greie for transkripsjon og utforming av analysen. Både i intervjuene og analysen av datamateriale har fokuset vært knyttet til informantenes egne refleksjoner rundt sin egen nyhetslesing, og transkripsjonene ble analysert med utgangspunkt i de tre forskningsspørsmålene: 1) Hvilke ulike årsaker ligger til grunn for at sjeldenkonsumentene ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier? 2) Hvordan nytter sjeldenkonsumentene sosiale medier som kilder til nyheter? Og 3) Hvilke sammenhenger har informantenes samfunnsengasjement med deres nyhetsbruk?

Funnene fra disse forskningsspørsmålene danner videre grunnlaget for analysen. Jeg valgte *tematisk analyse* som analytisk tilnærming i undersøkelsen. Den tematiske analysen innebærer at man ser etter temaer i dataene (Johannessen mfl., 2018, s. 279). Et tema er en gruppering av data med viktige fellestrekk, nærmere bestemt er hvert tema en kategori hvor data med viktige fellestrekk er gruppert (Johannessen mfl., 2018, s. 279). I denne undersøkelsen har formålet med den tematiske tilnærmingen vært å gruppere de ulike refleksjonene og forklaringene informantene har knyttet til sin egen nyhetslesing i mer generelle temaer for å best mulig kunne besvare de tre forskningsspørsmålene (Johannessen mfl., 2018, s. 279).

Før jeg startet selve analysen av datamaterialet, transkriberte jeg alle intervjuene. Planen var i utgangspunktet å transkribere alle intervju fortløpende, da dette kan være en fordel slik at man kan lære av feil og gjøre neste intervju bedre (Skilbrei, 2019, s. 173). Denne planen ble imidlertid ikke fulgt opp, da transkribering av intervjuene var mer tidkrevende enn jeg først så for meg. De fleste intervjuene ble derfor transkribert i løpet av november og desember høsten 2020, og det totale sideomfanget ble på omtrent 145 A4-sider. I transkriberingen valgte jeg å ta med alt av ordlyder som «ehh» og «hmm». Jeg tok også med latter og gjorde egne markeringer i teksten dersom informantene tok ekstra lange pauser før de svarte på spørsmål eller dersom svarene de gav virket ironiske eller planlagte. På denne måten sikret jeg at datamateriale forble mest mulig autentisk. Jeg noterte også ned egne tanker i et eget dokument

underveis mens jeg transkriberte. Her skrev jeg ned teoretiske perspektiv som kunne passe med det informantene fortalte og fellestrekk som ofte dukket opp blant informantene. En fordel med tematisk analyse er at den er relativt teoriuavhengig noe som gjør til at man står mer fritt til å supplere med teori der det måtte passe undervegs i analysen (Johannesen mfl., 2018, s. 281).

Da alle intervjuene var ferdig transkribert gikk jeg i gang med selve analysearbeidet. Jeg analyserte intervjuene i flere omganger i tråd med de fire fasene i en tematisk analyse: forberedelse, koding, kategorisering og rapportering (Johannesen mfl., 2018, s. 282). Basert på de første gjennomgangene kategoriserte jeg funnene i følgende kategorier 1) årsaker til å ikke oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier, 2) måter å eksponeres for nyheter på sosiale medier, 3) lesepraksiser på sosiale medier, 4) forståelse av nyhetsbegrepet og 5) refleksjoner knyttet til eget samfunnsengasjement. Denne kategoriseringen gjorde til at jeg fikk identifisert relevante funn og samtidig skilt ut overflødig tekst. De fire kategoriene ble videre utgangspunkt for resten av analysen.

Jeg valgte å skrive analysen i tre kapitler, hvor hvert kapittel tar utgangspunkt i et av de tre forskningsspørsmålene. Som følge av dette tar det første kapittelet for seg informantenes forklaringer til hvorfor de ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Det andre kapittelet tar for seg hvordan informantene nytter sosiale medier som nyhetskilder og ser dermed på hvordan de blir eksponert for nyheter gjennom sosiale medier, hvordan de leser nyheter på sosiale medier, samt hva de selv legger i nyhetsbegrepet. Det tredje og siste analysekapittelet tar for seg hvilke sammenhenger informantenes nyhetslesing har med deres samfunnsengasjement.

### **3.5 Etiske perspektiver**

Med utgangspunkt i lovverket til Datatilsynet (2020), behandler ikke denne undersøkelsen sensitiv informasjon som for eksempel opplysninger om etnisitet, politisk oppfatning, religion, helse, seksuell legning og liknende. Som følge av dette faller ikke prosjektet inn under meldeplikt til NSD og utformingen av prosjektet ble dermed vurdert i henhold til UiB sine retningslinjer for personvern i forskning og studentprosjekt, i samråd med veileder og dokumentert i RETTE.

Til tross for dette er det vanskelig å vite hva informantene selv oppfatter som sensitivt (Gentikow, 2005, s. 63). Det kan for eksempel tenkes at det å skulle begrunne hvorfor man ikke finner nyhetsinnhold interessant, hvorfor man heller vil bruke tiden sin på andre ting enn å lese nyheter eller at refleksjoner knytte til eget samfunnsengasjement kan oppleves som utleverende for informantene. Ved å gjennomføre pilotintervjuet fikk jeg en god indikasjon på hvordan spørsmålene opplevdes av informanten. Jeg spurte også pilot-informanten i etterkant av intervjuet om det var noen av spørsmålene som kjentes ubehagelige eller utfordrende å svare på og fikk bekreftet at dette ikke var tilfelle.

For å ivareta informantenes personopplysninger på best mulig måte fikk de i forkant av intervjuet utdelt et samtykkeskjema (se vedlegg 2) hvor de ble informert om formålet med studien, hva det innebærer for dem å delta, hvordan deres personopplysninger vil bli behandlet, samt hvilke rettigheter de har som informanter. Alle informantene skrev under på samtykkeskjema i forkant av intervjuet. I etterkant ble alle de innsamlede dataene oppbevart på passordbeskyttende enheter, i tråd med UiBs egne forskrifter. Informantene ble også anonymisert i transkriberingsprosessen hvor de fikk utdelt fiktive navn og personopplysningene ble grovkategorisert.

### **3.6 Vurdering av metode**

På samme måte som den kvalitative metoden har flere positive egenskaper, er det ikke til å utelukke at den også har enkelte begrensninger. For det første kan det ses på som en utfordring i seg selv at den kvalitative metoden undersøker erfaringer, ettersom dette er noe som fra før av ikke er gjennomtenkt eller formulert i ord (Gentikow, 2005, s. 67). Det var for eksempel ingen av informantene i denne undersøkelsen som hadde reflektert over sitt eget sjeldenkonsum av nyheter i forkant av intervjuene, noe som gjorde til at de i møte med enkelte spørsmål fikk utfordringer med å finne riktige ord til å beskrive sine erfaringer. Samtidig er det en kjent utfordring med kvalitativ metode at man som forsker aldri kan vite sikkert hvorvidt informantene er oppriktige og ærlige i svarene sine. Det er for eksempel tenkelig at informantene i denne undersøkelsen ønsket å fremstille seg i et godt lys, ettersom det å ikke lese nyheter tidligere har blitt sett i sammenheng med lav politisk kunnskap og deltakelse (Blekesaune, Elvestad og Aalberg, 2012, s. 110). Jeg fikk blant annet flere forespørsler fra informanter som ønsket å se spørsmålene i forkant av intervjuene, noe som kan tyde på at de til en viss grad ønsket å forberede svarene sine. Dette var naturligvis ikke aktuelt, noe jeg forklarte med at jeg ønsket spontane reaksjoner og forklaringer på



spørsmålene i intervjusituasjonen. Til tross for at jeg ikke kan vite sikkert om informantene har svart ærlig på spørsmålene under intervjuet, må jeg likevel som forsker ta utgangspunkt i at informantenes svar og refleksjoner representerer det de faktisk mener og føler (Kvale, 1997, s. 25).

En annen potensiell begrensning ved den kvalitative metoden er at datamaterialet analyseres ut ifra min egen tolkning. I denne sammenhengen er det en kjent kritikk at ulike tolkere kan finne ulike meninger i det samme intervjuet (Kvale, 1997, s. 141). Selv om jeg i intervju- og analyseprosessen har forsøkt å ha en åpen tilnærming, er det likevel mine antakelser og tolkninger av datamaterialet som legger grunnlaget for analysen. Dette fører til at det er de funnene jeg velger og fokuserer på som legger føringer for hvilke svar og meninger som blir trukket frem som relevante i analysen (Kvale, 1997, 141). Jeg passet imidlertid på å unngå ledende spørsmål i selve intervjusituasjonen og sørget for å la informantene snakke så fritt som mulig for å unngå at jeg som forsker skulle kunne påvirke informantene sine refleksjoner og svar.

Kravet om reliabilitet og validitet kan i utgangspunktet tenkes å ha størst relevans for kvantitativ forskning, men det er dermed ikke sagt at dette ikke kan anses som relevant også for den kvalitative forskingen. Ifølge Kvale og Brinkmann (2018, s. 276) er det ønskelig med høy reliabilitet også i kvalitativ forskning blant annet for å unngå subjektivitet. Reliabilitet betyr pålitelighet og troverdighet, mens validitet kan oversettes med bekræftbarhet, gyldighet, riktighet og sannhet (Gentikow, 2015, s. 57-59). I et forsøk på å imøtekomme disse kravene har jeg som forsker forsøkt å unngå subjektivisme ved og blant annet gå inn i intervjusituasjonene med et bevisst fremmedblikk (Kvale, 1997, s. 39) og dermed forsøke å unngå og påvirke informantenes svar i den retning jeg ønsker som forsker. Jeg har også forsøkt å fremstille datamateriale så oppriktig som mulig i analysen ved å være bevisst på og ikke undervurdere informantenes refleksjoner slik at det ikke skapes et feilaktig eller ensidig bilde ut ifra refleksjonene om deres egne erfaringer. Når det er sagt vil ikke en annen forsker kunne få akkurat de samme resultatene som meg ved å gjennomføre denne undersøkelsen. Dette skyldes at det er forskeren selv som er måleinstrumentet i den kvalitative forskningen (Gentikow, 2015, s. 69). En annen forsker vil for eksempel ikke kunne stille akkurat de samme oppfølgingsspørsmålene som det jeg gjorde eller oppleve en identisk kommunikasjonsprosess med hver enkelt informant ettersom det kan tenkes at informantenes svar påvirkes av intervjukonteksten. Studien vil heller ikke kunne generaliseres ettersom

datamateriale fra elleve informanter ikke kan ses på som representativt for en større befolkning. Til tross for dette vil denne undersøkelsen likevel kunne forklare enkelte tendenser om unge kvinners sjeldenkonsum, bruk av sosiale medier som alternativ nyhetskilde og sammenhenger med samfunnsengasjement, som vil kunne være et nyttig bidrag i videre medieforskning.

## Kapittel 4: Forklaringer til sjeldenkonsum

Frem til nå har fokuset i oppgaven vært tidligere forskning på kvinnelige sjeldenkonsumenter, relevant teori, samt metodisk tilnærming. Videre vil jeg i de kommende tre kapitlene besvare oppgavens problemstilling: *Hvilke refleksjoner har kvinnelige sjeldenkonsumenter til sin egen nyhetsbruk? Hvilke erfaringer har de med sosiale medier som nyhetskilder? Og hvilke refleksjoner har de knyttet til sitt eget samfunnsengasjement?*

I dette kapittelet vil fokuset være på å besvare første ledd av problemstillingen om hvilke refleksjoner de kvinnelige sjeldenkonsumentene har knyttet sin egen nyhetsbruk. I tråd med første forskningsspørsmål vil jeg se nærmere på hvilke årsaker som ligger til grunn for at sjeldenkonsumentene sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, ved å studere informantenes forklaringer til eget sjeldenkonsum. For å nyansere ulike forklaringer til sjeldenkonsum, kan informantenes forklaringer skilles som aktive og/eller passive. I denne sammenhengen har jeg med utgangspunkt i Van Den Bulck (2006, s. 232) sin forståelse av *aktivt* og *passivt* sjeldenkonsum, samt Skovsgaard og Anderson (2020, s. 463) sin konseptualisering av *intensjonell* og *uintensjonell* sjeldenkonsum, valgt å gjøre en egen kategorisering der jeg skiller informantenes *forklaringer* som aktive og/eller passive. Det er her verdt å merke seg at dette er et skille som går i informantenes forklaringer, og ikke mellom informantene i seg selv, hvilket betyr at samme informant kan ha både aktive og passive forklaringer til sitt sjeldenkonsum.

### 4.1 Aktive forklaringer

Ifølge Van den Bulck (2006, s. 232) dreier aktivt sjeldenkonsum seg om en unngåelse som er bevisst og preget av individuelle behov og preferanser. På samme måte mener også Skovsgaard og Andersen (2020, s. 463) at den intensjonelle unngåelsen dreier seg om en bevisst unngåelse som følge av at man som nyhetsbruker misliker nyhetsinnhold. I denne undersøkelsen kan informantenes aktive forklaringer tenkes å være en kombinasjon av disse, ved at de først og fremst forklarer hvorfor informantene bevisst velger å ikke oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier. I de følgende avsnittene vil jeg fremheve sentrale forklaringer som kan anses som aktive.

#### 4.1.1 Negativitet i nyhetsmediene

En forklaring som er særlig gjengående blant informantene, når det gjelder hvorfor de aktivt unngår å oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier, dreier seg om nyhetsmedienes negative fokus. Amalie uttrykker for eksempel at «nyheter er bare sånn, nå skal vi høre hundre ganger hvordan krigen nede i Afghanistan holder på og så hvem som er drept her og hvordan det skjedde». Hun forteller også videre at hun opplever det som vanskelig å interessere seg for nyheter, når «alt skal være så dystert» og at nyhetene ofte fører til at hun kjenner seg nedstemt. Dette er også tilfelle blant flere av informantene, og flere forteller at de av ulike årsaker kan oppleve nyheter som negative innslag i hverdagen. For Mariann dreier dette seg om at hun opplever negativiteten i nyhetsmediene som angst-triggende:

*Jeg synes det er så mye følt på nyhetene og ehh jeg har selv slitt med ganske mye angst, så det å ha angst i utgangspunktet og så få høre om alt det føle som foregår i verden det er ikke, det er, det bare legger til problemer i hodet ditt, som allerede er litt overalt [...] Det meste av nyheter er jo grusomme ting som skjer rundt omkring i verden og ellers så da har jeg rett og slett tatt det valget at jeg ikke aktivt oppsøker nyheter da.*

Videre beskriver Mariann seg selv som et følelsesmenneske, og i sammenheng med dette sitatet virker det som at hun ser på seg selv som et menneske som ikke evner å ta innover seg alvorlige saker i nyhetsbildet. Dette minner om Höijers (2004, s. 513) *tender-hearted compassion*, ettersom det virker som at Mariann i stor grad tar innover seg og føler sterk empati for andres lidelser på en slik måte at det til og med kan virke angst-triggende.

Marianns fravær fra å oppsøke nyheter kan dermed tolkes som et valg hun har tatt for å ha det bedre med seg selv, noe som kan sammenlignes med uttalelser fra Woodstocks (2014, s. 12) informanter, hvor flere hevdet at det å begrense sitt eget nyhetskonsument hadde en positiv innvirkning på livene deres. Samtidig kan det at hun opplever nyhetene som angst-triggende sammenlignes med funn i Sanchez og Potts (1994, s. 87) sin undersøkelse hvor det fremkommer at negativitet i nyhetsmediene kan føre til forverring av psykiske lidelser.

I møte med spørsmål om hvilke saker Mariann opplever som angst-triggende, svarer hun: «selvmordsbomber der, krig der, ehhh Moria-leirgreier og de har det helt forferdelig der, stortinget sier maks 50 personer inn i Norge, altså det er bare elendighet». Det som er interessant med dette svaret er at Mariann i sin oppramsing av saker også nevner nyhetssaker

knyttet til Moria-leiren. På det tidspunktet intervjuet fant sted, var dette en av de mest omdiskuterte sakene i det norske nyhetsbildet, noe som viser at Mariann til tross for å ikke aktivt oppsøke nyhetsmedier likevel kan få med seg viktige saker. På den ene siden kan dette tolkes som at Mariann, slik Trilling og Schoenbach (2012, s. 45) beskriver, får med seg nyheter på andre måter, ved å for eksempel være til stede på sosiale medier. Mens det på den andre siden kan tolkes som at hun til tross for å ikke aktivt oppsøke nyheter, likevel vil bli *alarmert* om de største og viktigste sakene (Zaller, 2002, s. 122).

En annen informant Frida, forteller også i likskap med Mariann at hun opplever vanskeligheter med å ta innover seg negativiteten i nyhetsmediene. For henne handler dette imidlertid om at hun får dårlig samvittighet av å se andres lidelser i nyhetsbildet:

*Ting som skjer i verden er som regel ganske miserable egentlig, altså det er jo veldig, jeg føler jo aldri det er noe positivt [...] altså jeg får jo dårlig samvittighet sant, for jeg føler at jeg skulle gjort mer. Men det er jo på en måte ikke alltid så mye man får gjort ehh heller. Jeg får dårlig samvittighet rett og slett, jeg tror det er det, jeg føler meg dårlig, jeg føler verden skulle gjort mer, men det er ikke så mye verden kan gjøre, ja.*

Ut ifra dette sitatet kan det tolkes som at Frida kommer i en slags personlig konflikt med seg selv, hvor hun på den ene siden har et ønske om å hjelpe de lidende i nyhetsbilde, mens hun på den andre siden ikke orker å forholde seg til andres lidelser fordi dette skaper implikasjoner for eget velvære. Dette kan til dels minne om det Höijer (2004, s. 523) omtaler som *powerlessness-filled compassion*, hvor man som nyhetsleser opplever at elendigheten i verden aldri vil ta slutt og at det ikke er noe man kan gjøre for å hindre andres lidelse. Samtidig kan det tenkes at Fridas dårlige samvittighet ovenfor de lidende, kommer av at hun selv lever et trygt og godt liv i Norge. Ut ifra dette kan Fridas reaksjon i møte med negativt nyhetsinnhold også sammenlignes med det Höijer (2004, s. 523) omtaler som *shame-filled compassion*.

Mens Frida opplever å få dårlig samvittighet av å være vitne til andres lidelser i nyhetsbilder, opplever imidlertid en annen informant, Trine, mer en slags frustrasjon knyttet til dette.

*[...] det er heller at det, jeg føler at veldig mange ting er så negativt at jeg orker ikke å høre om det, fordi jeg føler at jeg allerede vet at ting er kjipe i verden så jeg vil*

*egentlig ikke få det mer bekreftet og så at, eller til forskjell fra verden så har du Norge der nyhetene som skjer her egentlig for det meste er skandaler og ting som skjer veldig ubetydelige mennesker eller vi har det, vi får det veldig bekreftet at det verste som skjer her er ikke en prikk en gang i forhold til veldig mange steder så da blir jeg litt sånn der jaja vi har nå det godt, og ja, da, jeg vet at det er veldig forferdelig alle andre steder og jeg vil egentlig ikke vite om det, for jeg får bare, jeg blir dårlig av det, rett og slett.*

Trine forteller at hun allerede vet at det er mye fælt i verden, og at hun ikke orker å høre mer om det. Ut ifra sitatet til Trine virker det som at hun har nådd et slags metningspunkt når det gjelder negative nyheter, noe som til dels kan sammenlignes med Eppler og Mengis (2004, s. 326) forklaring om at informasjonsoverflod kan lede til unngåelse av nyheter. Samtidig virker det som at Trine til dels føler på en frustrasjon knyttet til å se andres lidelser i nyhetsbildet, når hun selv har det trygt i Norge. Denne måten å reagere på minner til dels om Höijers (2004, s. 523) *blame-filled compassion*.

Et annet interessant funn når det kommer til negativitet i nyhetsmediene, er at flere hevdet at de ville ha oppsøkt nyheter dersom nyhetsmediene hadde presentert flere positive nyheter. Dette er blant annet tilfelle for Anja:

*Nå under korona så hadde de jo positive nyheter eller gode nyheter som de sendte halv ett eller noe sånt på tv2, og de tenkte jeg at jeg skulle se da, men det gikk ikke an å finne de på nettet så da fikk jeg ikke det med meg. Men de tenkte jeg at de nyhetene skal jeg se.*

Anja forteller at hun til tross for å ikke ha interesse for nyheter, gjerne hadde fulgt med dersom det var flere positive nyheter. Ønsket om flere positive nyheter er gjengående blant flere informanter, også blant de som ikke nødvendigvis oppgir negativitet i nyhetsmediene som forklaring til sitt sjeldenkonsum. Det hadde dermed vært interessant og sett om en nyansering og/eller kontekstualisering av nyhetsmediene, slik Skovsgaard og Andersen (2020, s. 467) foreslår, ville ført til at flere oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier.

#### 4.1.2 Skepsis til journalister

En annen forklaring til at enkelte av informantene aktivt unngår tradisjonelle nyhetsmedier, dreier seg om skepsis til journalister. Flere av informantene forteller at de er skeptiske til journalisters motiv til å skrive ulike saker, samt deres vinklinger av sakene. Blant informantene som skiller seg ut når det kommer til dette, og som tydelig virker mest skeptisk er Trine og Kristine. Trine forteller at hun først og fremst er skeptisk til hvilke motiv som ligger bak journalisters prioriteringer av å skrive ulike saker. Hun forteller at hun «vet det er mange ting de ikke forteller oss», ettersom hun selv opplever at nyhetsmedier ikke nødvendigvis skriver om saker som hun selv synes er viktige. Samtidig forteller Trine at hun er skeptisk til journalisters fremstilling av saker:

*Jeg er også veldig liksom skeptisk til ehh hvordan nyheter blir fremstilt, altså hvem fremstiller de og hvilke perspektiv eller synspunkt har de da og hvordan påvirker det hva de skriver. Så jeg blir litt sånn skeptisk også sånn ehh ja okei men hva om denne forfatteren av dette her har et veldig sånn konservativt syn på det og så unnlates veldig mye informasjon da fordi det kommer gjennom det perspektivet så da blir jeg litt sånn der at det er ikke alltid jeg har så veldig lyst å lese om det heller for jeg føler ikke helt kanskje jeg stoler på det ehhh og hvis det skjer større nyheter da vil jeg heller gå til utenlandske aviser og sjekke ut BBC og litt sånt i stede for da, så ja.*

For Trine handler skeptisismen hovedsakelig om at hun er redd for at journalister skal unnlate vesentlig informasjon i fremstillinger av ulike saker, samt at deres egne konservative syn skal kunne påvirke hvordan de velger å formulere sakene. Trine forteller samtidig at hun heller stoler på utenlandske aviser enn norske når det kommer til «større» nyheter. Dette kan sammenlignes med informantenes uttalelser i Zerba (2011, s. 604) sin undersøkelse, hvor flere forteller at de er skeptiske til journalisters vinklinger og at de opplever at journalister ofte presenterer saker i et for ensidig perspektiv, noe som gjør det vanskelig for informantene å stole på sakene de leser.

Også Kristine forteller at hun er skeptisk til journalisters fremstilling av saker, og at hun opplever at nyhetene i stor grad preges av subjektive meninger og klisjeer:

*Det burde jo ikke kalles nyheter egentlig, det burde jo kalles min subjektive oppfatning av det som skjer nå [...] Det er liksom måten de skriver om for eksempel sykdommer er akkurat lik, slik som det var med SARS eller Svineinfluensa så er det slik «å det er ikke farlig», «åja, det er visst farlig», «å det gikk visst over». Sånn er det med alt, og for eksempel «vegvesenet de gjør en dårlig jobb», «hvorfor gjør de en dårlig jobb», jo fordi «de tror de gjør en bra nok jobb slik som de gjør det». Så da vet man det. Så er det sånn «rasisme i fotballen», folk opplever det, ingenting blir gjort okei det var det. Altså det har jo skjedd siden jeg var liten, altså jeg har jo fått med meg nyheter uten å ville det siden jeg var liten, det har jo vært akkurat de samme tingene som har skjedd.*

Ut ifra dette sitatet kan det tenkes at Kristine opplever at nyhetene repeterer seg selv for mye, og at de presenterer for få nyanserte synspunkt. Dette kan også sammenlignes med uttalelser fra Woodstock (2014, s. 843) sine informanter hvor flere forteller at de opplever at journalistene ofte fremstiller saker og hendelser verre enn de er, mangler nyanserte synspunkt på komplekse sosiale utfordringer og stadig forsøker å kommersialisere nyhetsinnholdet.

I sammenheng med kommersialisering av innhold, forteller også en annen informant, Amalie, at hun til tider kan oppleve det som utfordrende å stole på nyhetsinnhold som hun vet at nyhetsmediene tjener penger på. Hun forteller også at hun som følge av dette kun stoler på NRK:

*Fordi at de er statsfinansiert så de vinner ikke noe på på en måte klick og sånt. De tjener ikke på sånne typer ting og derfor føler jeg kanskje at de er mer pålitelig da enn for eksempel VG da som er avhengig av at folk går inn og trykker og leser og deler og sånt. Og det samme gjelder jo for så vidt også andre kanaler som ikke er statsfinansiert da.*

Videre forteller Amalie at hun også tror ulike nyhetsmedier har ulik agenda, og at VG for eksempel gjerne blåser opp nyhetssaker og tar saker ut av perspektiv for å øke sin egen verdi og tjene mer penger på sine nyhetslesere. Det virker ut ifra Amalie sine uttalelser som at hun til dels opplever at enkelte nyhetsmedier ikke oppfyller samfunnsansvaret sitt ved å prioritere kommersielle saker og være tabloide i sine fremstillinger av saker. Helgerud (2017, s. 8) finner også lignende uttalelser blant sine informanter, hvor enkelte tilegner mediene kyniske



egenskaper for å prioritere nyhetsinnhold de tjener penger på fremfor innhold som er nyttig for samfunnet.

#### 4.1.3 Vanskelig å navigere

I møte med spørsmål om hva informantene tenker om formatet de tradisjonelle nyhetsmediene presenterer nyheter i, fremkommer det enda en forklaring som kan tenkes å lede til at informantene aktivt unngår og oppsøke nyheter. Flere av informantene beskriver nemlig nyhetsmediene som kaotiske, uoversiktlige og vanskelige å navigere i. For Olea fører dette til at det er vanskelig å finne frem til saker som hun er interessert i:

*Jeg synes ofte det kan være litt kaotisk, at det er vanskelig å finne frem til det jeg egentlig er interessert i, at det er mye sånn uinteressante saker og det er mye reklame og, ja det er liksom sånn, det er vanskelig åå, jeg synes det er veldig uoversiktlig for å si det på den måten.*

Ut ifra sitatet til Olea kan det tolkes som at hun opplever nyhetsmediene som overveldende, og at de derfor virker uoversiktlige. Dette kan tenkes å være en mulig konsekvens av informasjonsoverflod. Slik Eppler og Mengis (2004, s. 326) påpeker kan en overveldende strøm av informasjon lede til redusert beslutningsevne, noe som i dette tilfelle kan tenkes være årsaken til at Olea synes det er vanskelig å finne frem til saker som hun selv er interessert i, fordi det rett og slett er for mye å velge mellom. Dette er også en gjengående utfordring blant flere av informantene, og flere hevder som følge av dette at de heller foretrekker å lese nyheter på sosiale medier. Kristin forklarer dette på følgende måte:

*Hvis jeg er inne på nettsiden deres så er det bare nyheter på nyheter på nyheter på nyheter, mens på for eksempel si Facebook så kan jeg scrolle og så kan jeg få opp en nyhet [...] så føler jeg at jeg liksom ikke blir overveldet slik som man gjerne kan bli inne på en nyhetsside fordi det er så mye, mens for eksempel når man er inne på Facebook og scroller så får man bare opp en sak om gangen og det har veldig mye å si for meg i hvertfall for da klarer jeg i hvertfall å holde fokuset på den ene saken hvis jeg finner ut at jeg vil lese den.*

Kristin opplever altså sosiale medier som en bedre kilde til nyheter, fordi hun synes det er enklere å holde fokus på en sak om gangen. Det kan ut ifra dette tenkes at Kristin bruker

sosiale medier som et slags nyhetsfilter på samme måte som informantene i Song m.fl. (2017, s. 1184) sin undersøkelse tok i bruk nyhetsoppsummerende tjenester for å bli eksponert for en organisert og filtret presentasjon av nyhetene. Dette er noe jeg vil komme tilbake til i neste analysekapittel.

## 4.2 Passive forklaringer

Frem til nå har jeg undersøkt informantenes *aktive* forklaringer til sitt sjeldnenkonsum av tradisjonelle nyhetsmedier. Dette er forklaringer som kan anses som mer håndfaste, ettersom de er mer bevisste og preget av informantenes preferanser. I dette delkapittelet vil jeg imidlertid studere forklaringer som i større grad kan anses som *passive*. Som nevnt i teorikapittelet er dette forklaringer som er mer komplekse, ettersom dette kan tenkes å dreie seg om en mer ubevisst unngåelse av nyheter (Skovsgaard og Anderson, 2020, s. 465). På samme måte som Skovsgaard og Anderson (2020, s. 465) hevder at *unintentional news avoidance* handler om en betinget preferanse for nyheter i forhold til annet medieinnhold, kan informantene passive forklaringer tenkes å dreie seg om en nedprioritering av nyhetsinnhold til fordel for andre vaner, plikter og medieinnhold. Videre vil jeg trekke frem to forklaringer som kan anses som passive. Den første dreier seg om en nedprioritering av nyhetene i hverdagen, mens den andre dreier seg om en nedprioritering som følge av manglende tilhørighet til nyhetsmediene.

### 4.2.1 Nedprioritering av nyheter

Flere av informantene i denne undersøkelsen forteller at det kan være vanskelig å finne tid til å prioritere nyhetslesing i en hektisk hverdag. Dette kan regnes for å være en passiv forklaring ettersom denne unngåelsen ikke nødvendigvis dreier seg om en manglende interesse for nyhetsinnhold, men heller det at informantene mer eller mindre ubevisst unngår å oppsøke nyheter fordi de holder på med andre ting. Dette er blant annet tilfelle for Marte:

*Jeg liker å lese nyhetsartikler, men det blir mer som prokrastinering, typ når jeg sitter på do eller vil ta en pause fra det jeg jobber med [...] Jeg bare, jeg klarer ikke å forsvare for meg selv per dags dato å sette av den tiden i løpet av en dag fordi jeg har en million andre ting som er faglig relevant som jeg burde lese eller burde gjøre. Det er liksom alt annet i livet mitt som er viktigere akkurat nå.*

Marte forteller at hun liker å lese nyheter, men at hun som følge av å ha det travelt ser seg nødt til å nedprioritere dette. Nyhetslesing blir for henne derfor noe hun gjør som prokrastinering, og ikke noe hun setter av tid til å gjøre. Ut ifra dette kan det stilles spørsmål ved om Martes sjeldenkonsum potensielt kan dreie seg om en livsfaseeffekt. Ifølge Moe og Kleiven (2016, s. 13) dreier livsfaseeffekten seg om at unge med økende alder og erfaringer som samfunnsborger også vil få en økende interesse for nyheter. For Marte kan det tenkes at denne livsfaseeffekten i stedet dreier seg om at hun med økende alder vil få mer tid til å prioritere nyheter, ettersom livsfasen hun befinner seg i akkurat nå gjør dette vanskelig. For andre informanter dreier denne nedprioriteringen av å lese nyheter seg mer om vaner. Dette kommer blant annet til syne i Olea sin forklaring:

*Jeg føler på en måte at det er litt sånn, jeg bruker tid på så mye annet i hverdagen min at det å på en måte huske å gå inn på for eksempel VG eller andre steder for å holde meg oppdatert, det blir liksom nedprioritert i forhold til andre ting da.*

Olea forteller at det å lese nyheter i seg selv kan være vanskelig å huske på, og at det dermed blir nedprioritert i forhold til andre ting. Det at Olea ikke husker på å gå inn på VG, kan tenkes å henge sammen med at hun ikke har dette som vane, på samme måte som informantene til Van den Bulck (2006, s. 233) ubevisst unngikk å eksponere seg for nyheter ved og heller prioritere underholdningskanaler på TV. Samtidig kan det tenkes å henge sammen med Priors (2005, s. 577) forklaring om at man som mediebruker i dagens informasjonsrike mediemiljø står friere til å prioritere mer av det medieinnholdet som man interesserer seg for, noe som dermed vil gå på bekostning av innhold som er mindre interessant. Slik Skovsgaard og Anderson (2020, s. 465) også påpeker, betyr ikke dette nødvendigvis at Olea ikke har interesse for nyhetsinnhold, men at preferansen for annet medieinnhold er sterkere.

#### *4.2.2 Nyhetsmediene retter seg mot de eldre*

Den andre passive forklaringen til hvorfor informantene sjeldent oppsøker nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier, dreier seg om at de opplever en mindre tilhørighet til nyhetsmediene. Dette er som følge av at flere opplever at de tradisjonelle nyhetsmediene først og fremst retter seg mot den eldre generasjonen. Grunnen til at dette kan anses som en passiv forklaring, er fordi informantene ikke nødvendigvis unngår nyhetene bevisst som følge av manglende interesse for nyhetsinnhold, men at de mer eller mindre ubevisst prioriterer andre

kilder til nyheter. Kristin er en av informantene som hevder at nyhetsmediene i større grad henvender seg til den eldre generasjonen:

*Jeg merker jo at det er veldig lagt opp for å få klikk fra de som er litt eldre på en måte, [...] det sånn unødvendig bilde med skikkelig sånn overdramatisert overskrift, og så når du trykker inn så er det ikke like dramatisk. Det er ofte mye sånn «clickbait», men når jeg leser det selv så tenker jeg sånn «å herregud det er garantert ikke det som har skjedd», men jeg føler liksom det at jeg veldig fort at litt sånn, i hvertfall mine foreldre hadde reagert på det og vært sånn «åj dette må jeg se på på en måte».*

Det kan tenkes at Kristin sikter til sensasjonelle saker når hun snakker om saker med «overdramatisert overskrift» og «clickbait», og at hun som følge av å ikke ha interesse for slike saker selv opplever at de gjør nyhetsmediene mindre attraktive å oppsøke. Flere andre informanter påpeker også at de opplever denne typen saker som irriterende, blant annet forteller Marte at det virker som at clickbaits er en økende trend hos nyhetsmediene og at hun ofte «sitter igjen med en skuffet følelse». En annen informant, Amalie, forteller også at hun har sett seg lei av et nyhetsbilde som stadig preges av «store overskrifter, syke bilder, eh hh VG+ «vil du lese om denne saken».

Samlet kan dette tolkes som en kritikk av mediernes økende fokus på kommersialisering. Det som er mer utfordrende å si noe om, er hvorfor informantene opplever at sensasjonelle saker appellerer mer til de eldre enn de yngre. En tenkt forklaring til dette kan tenkes å handle om at unge, slik Meijer (2007, s. 97) også påpeker, i større grad søker informasjon som tilfører en slags mening i livene deres, og at de dermed ikke opplever dette utbyttet av sensasjonelle nyhetssaker. Dette kan også sammenlignes med funn fra Moe m.fl. (2019, s. 60) sin undersøkelse hvor de finner at unge sjeldenkonsumenter som følge av en svakere orientering mot *visse* typer nyheter kan oppleve at nyhetene ikke er relevante for deres liv. Det kan ut ifra dette tenkes at informantene i denne undersøkelsen opplever at de tradisjonelle nyhetsmediene i større grad er til nytte for de eldre, og at de dermed heller prioriterer andre kilder til nyheter, som for eksempel sosiale medier.

### **4.3 Oppsummering**

I dette første analysekapittelet har jeg studert årsaker til at informantene ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, ved å studere deres aktive og passive forklaringer til sitt eget

sjeldenkonsum. Som kapittelet har vist, er de aktive forklaringene preget av individuelle behov og preferanser, noe som leder til en mer bevisst unngåelse av nyhetene. I denne sammenhengen var forklaringer knyttet til negativitet i nyhetsmediene, skepsis til journalister og vanskeligheter med å navigere i nyhetsmediene fremtredende. Passive forklaringer er imidlertid mer komplekse ettersom de i større grad dreier seg om en betinget preferanse for nyhetsinnhold, som leder til en mer eller mindre ubevisst unngåelse av nyheter. I denne sammenhengen var forklaringer knyttet til nedprioritering av nyhetsinnhold i en hektisk hverdag og opplevelsen av at nyhetsmediene i større grad retter seg mot de eldre sentrale. I neste kapittel vil fokuset rettes videre mot informantenes erfaringer med sosiale medier som kilder til nyheter.

## **Kapittel 5: Erfaringer med sosiale medier som kilder til nyheter**

Det forrige analysekapittelet tok for seg hvilke aktive og passive forklaringer til hvorfor informantene ikke oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Til tross for at ingen av informantene aktivt oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, er det dermed ikke sagt at de ikke får med seg noe slags nyhetsinnhold. Et fellestrekk ved informantene i denne undersøkelsen er nemlig at de alle opplever sosiale medier som gunstige kilder til nyheter. I dette analysekapittelet vil jeg dermed se nærmere på informantenes erfaringer med sosiale medier som kilder til nyheter, og kapittelet tar som følge av dette utgangspunkt i undersøkelsens andre forskningsspørsmål: *Hvordan nytter informantene sosiale medier som kilder til nyheter?* For å besvare dette spørsmålet vil jeg først se nærmere på hvordan informantene nytter sosiale medier som et slags nyhetsaggregat ved å følge nyhetsaktører. Deretter vil jeg se nærmere på hvilken rolle informantenes venner spiller for deres nyhetseksposering. Til slutt vil jeg studere hvordan informantenes nyhetslesing synes å være del av deres hverdagslige *sjekkesyklus*.

### **5.1 Sosiale medier som nyhetsaggregat**

En gjengående forklaring blant informantene er at de opplever det som unødvendig å oppsøke nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier, ettersom de uansett får med seg det aller viktigste av nyheter på sosiale medier, noe som i stor grad minner om Toff og Nielsens (2018, s. 8) «nyheter finner meg»- tankegang. Alle informantene i denne undersøkelsen forteller nemlig at de opplever å bli eksponert for nyheter gjennom sosiale medier, og at de på denne måten opplever å få dekket sine nyhetsbehov. For noen skyldes dette mer eller mindre tilfeldig eksponering (Fletcher og Nielsen, 2017, s. 2454), ofte som et resultat av at venner og bekjente liker, deler og kommenterer nyhetsinnhold på sosiale medier. Dette vil jeg komme tilbake til senere i analysekapittelet. For de andre skyldes imidlertid eksponeringen av nyheter på sosiale medier at informantene selv har valgt å følge nyhetsaktører, ergo velger flertallet av informantene og selv eksponere seg jevnlig for nyhetsinnhold.

Dette er et interessant funn av flere årsaker. For det første er det interessant ettersom informantenes valg om å eksponere seg for nyhetsinnhold ved og følge nyhetsaktører i seg selv kan tenkes å utfordre sjeldenkonsument-begrepet. Når det er sagt, er det her verdt å påpeke at poenget med denne undersøkelsen ikke er å avgjøre hvorvidt informantene kan regnes som sjeldenkonsumenter eller ikke, men heller å studere hva som gjør til at de opplever sosiale medier som gunstige kilder til nyheter. For det andre er dette et interessant

funn fordi måten informanten nytter sosiale medier som kilder til nyheter kan anses som en forlengelse av å nytte tradisjonelle nyhetsmedier. I stede for å lese aviser, oppsøke nettsider direkte, høre på radio eller se nyhetssendinger på TV, velger informantene i stede å eksponere seg for de nyhetene som oppleves som viktigst for dem ved å følge de nyhetsaktørene som serverer dem disse nyhetene. På denne måten blir sosiale medier tilegnet en slags nyhetsaggregat-funksjon, hvor informantene blir servert en filtret og organisert presentasjon av nyheter (Song m.fl., 2017, s. 1184). Videre vil jeg studere enkelte av informantenes forklaringer knyttet til det å følge nyhetsaktører på sosiale medier.

### *5.1.1 Følger nyhetsaktører for å få med seg det viktigste*

Når det gjelder å følge nyhetsaktører på sosiale medier, er det klart Facebook som stikker seg ut som det mest brukte mediet, etterfulgt av Instagram og Snapchat. For å følge en nyhetsaktør må man aktivt gå inn på den gitte aktørens side/profil og trykke «liker». På denne måten velger man å la seg eksponeres for nyhetsaktøren sitt innhold, som da jevnlig vil dukke opp i ens egen nyhetsstrøm. Slik kan det tenkes at informantene bidrar til å personalisere nyhetsstrømmene sine ved *personlig kurasjon*, ettersom de ved å velge hvilke nyhetsaktører de ønsker å følge til en viss grad bidrar til å forme hvilket innhold de eksponeres for (Thorson og Wells, 2016, s. 315). En informant som fremstår særlig aktiv når det kommer til det å følge nyhetsaktører, og som dermed er interessant å trekke frem, er Kristin. Kristin er den informanten som er mest aktiv på sosiale medier med hele 38 timer i uken, hun følger mange nyhetsaktører både nasjonale og internasjonale, og er aktiv leser av diverse nettsider. Selv forklarer hun at dette dreier seg om at hun «liker å være oppdatert på ting» og at hun «liker å følge med». Kristin forteller at hun er særlig interessert i politikk, og at hun derfor har valgt å følge de nyhetsaktørene som hun opplever som mest nøyaktige i sin omtale av politiske saker. Dette innebærer blant annet nyhetsaktører som NRK, TV2, The Guardian, CNN og New York Times. Til tross for at Kristin leser en god del nyheter, er hun likevel en treffende informant for denne undersøkelsen ettersom all hennes nyhetslesing hovedsakelig foregår gjennom Facebook. Som vist i det første analysekapittelet forklarer Kristin at de tradisjonelle nyhetsmediene til dels kan oppleves som overveldende, og de i stor grad synes å rette seg mot et eldre publikum ut ifra måten nyhetsmedier overdramatiserer sin presentasjon av nyhetssaker. I møte med spørsmål om hva det er med Facebook, som gjør til at Kristin foretrekker dette som kilde til nyheter, svarer hun:

*Det kommer liksom innimellom ting på en måte [...] og de viktigste nyhetene for meg de kommer øverst fordi jeg liksom har gjort det til en innstilling da at jeg får viktige nyheter opp ehh og så innimellom kommer det jo videoer av hunder og ting som skjer i vennene mine sine liv og sånne ting sant. Så det er liksom sånn, en mer avslappende måte å få med seg nyheter på, men jeg får fortsatt med meg det viktigste på en måte.*

Forklaringen til Kristin er altså todelt. På den ene siden opplever hun det som en mer avslappende måte å lese nyheter på Facebook, ettersom det kommer opp færre nyhetssaker om gangen i kombinasjon med annet innhold. Dette kan tenkes å samsvare med Thorson og Wells (2016, s. 313) sin tanke om at det vil være nødvendig med en hvis selektivitet i dagens mediemiljø, ettersom mediene i dag i stor grad preges av informasjonsoverflod. På den andre siden opplever Kristin at hun ved bruk av Facebook som nyhetskilde får med seg de nyhetene som er viktigst for henne, noe som kan tenkes å være et direkte resultat av *personlig kurasjon*, ettersom selve poenget med personalisering kan tenkes å være og bli eksponert for mer av det innholdet man selv foretrekker, slik som blant annet Negroponte (1995) også foreslår i «The Daily Me».

I motsetning til Kristin, som har valgt å følge nyhetsaktører basert på sin politiske interesse, har de fleste andre informantene gjort mer eller mindre tilfeldige valg når det kommer til hvilke nyhetsaktører de følger på sosiale medier. Kristine forteller for eksempel at hun tidligere har «likt alle mulige nyhetsgreier» og at hun som et resultat av dette opplever det som unødvendig å skulle aktivt oppsøke nyheter selv ettersom «de kommer inn alle veier uansett». I et slikt perspektiv kan det tenkes at Kristine stoler på at «nyhetene finner henne» (Toff og Nielsen, 2018, s. 8) ettersom som hun aktivt har gått inn for å følge nyhetsaktører på sosiale medier. En lignende uttalelse finnes også hos Anja, som forteller at hun for noen år tilbake valgte å følge «alle nyhetssidene på Facebook» med formål om å få med seg flere nyheter. Samtidig forteller Anja at hun regner med at hun ved å følge nyhetsaktører på Facebook, vil eksponeres for saker som «får mest oppmerksomhet». Ut ifra dette kan det tolkes som at Anja regner med at hun ved å følge nyhetsaktører på sosiale medier, vil bli eksponert for de sakene som folk generelt bryr seg mest om. Dette kan til dels sammenlignes med informantene til Bergstöm og Belfrage (2018, s. 590) sine forventninger om å bli informert om «store» ting som skjer gjennom sosiale medier.



En annen informant som også er interessant å trekke frem når det gjelder å følge nyhetsaktører på Facebook, er Vilje. Hun forteller nemlig i likskap med både Kristine og Anja at hun har gått inn for å følge flere nyhetsaktører på Facebook. Vilje forteller at hun som følge av å oppleve at nyhetsnettsider er uoversiktlige, foretrekker å få nyheter gjennom nyhets-lenker på Facebook. Hun forteller også at det å følge nyhetsaktører har ført til at hun generelt får med seg flere nyheter:

*Før jeg gjorde det fulgte jeg ikke med på nyheter i det hele tatt, så da var jeg rett og slett uinformert hehe så fant jeg ut at jeg må jo følge med på et eller annet vis, og at det var på en måte den letteste måten. For da kan du se overskriftene, du kan klikke deg inn på ehh de du synes er interessant og det kommer mye mer i rekkefølge synes jeg, om hva som på en måte har skjedd nærmest nå.*

*Hva mener du med riktig rekkefølge?*

*Det hehe, i forhold til tidslinjen, jeg liker å ha oversikt over hvor lang tid det er siden det ble lagt ut da, og at det ikke skal være så lenge siden.*

Det kan ut ifra sitatet til Vilje tolkes at hun har en genuin interesse for å holde seg informert. Dette kommer særlig til syne i det hun påpeker at hun liker at nyhetene kommer i rekkefølge, noe som kan tolkes som at hun har et ønske om å være oppdatert på «siste nytt». Det kan tenkes at Vilje opplever en slags *informasjonsoverbelastning* ved å oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier. I følge Eppler og Mengis (2004, s. 326) kan dette føre til redusert beslutningsevne, noe som i Vilje sitt tilfelle kan tenkes å føre til vanskeligheter med å navigere seg frem til nyhetssaker på nyhetsnettsider. Som følge av dette kan det tenkes at det å nytte sosiale medier, og i dette tilfelle Facebook, som nyhetsaggregat for Vilje en nyttig måte å holde seg informert på. Dette samsvarer samtidig med Trilling og Schoenbach (2012, s. 45) sin tanke om at internett kan ha en integrerende effekt ved å eksponere de som fra før av ikke selv oppsøker nyheter for aktuelle saker, ettersom Viljes bruk av sosiale medier som nyhetsaggregat kan regnes som avgjørende for hennes nyhetslesing.

## **5.2 Venner som kilder til nyheter gjennom sosiale medier**

For informantene i denne undersøkelsen er det det sosiale med sosiale medier de først og fremst er opptatt av. Som følge av dette blir sosiale medier hyppigst brukt til å holde seg

oppdatert på venner, familie og bekjentes liv, samt kommunisere med de nærmeste. Samtidig er det tydelig at informantenes venner også spiller en vesentlig rolle når det kommer til deres nyhetseksposering på sosiale medier. Venner blir i denne sammenhengen ment som *synkrone relasjoner* (Aalen, 2016, s. 20), altså relasjoner som på de ulike sosiale mediene er gjensidige. Forrige delkapittel viste hvordan informantene ved å følge ulike nyhetsaktører kan synes å personalisere nyhetsstrømmene ved *personlig kurasjon* (Thorson og Wells, 2016, s. 315). I dette delkapittelet vil jeg videre se nærmere på hvordan informantene blir eksponert for nyhetsinnhold gjennom *sosial kurasjon* (Thorson og Wells, 2016, s. 316-317), samt hvordan de synes å forholde seg til nyhetssaker som blir delt av venner på sosiale medier.

### 5.2.1 Venner som opinionsledere

Slik Boyd og Ellison (2013, s. 8-9) hevder, kan vennelister tenkes å være selve ryggraden på sosiale medier, og i tillegg til å skape interaksjon og kommunikasjon mellom brukerne kan venner også være nyttige informasjonskilder. Det at venner, familie og bekjente liker, deler og kommenterer nyhetsinnhold på sosiale medier, kan tenkes å ha innflytelse på hvilke nyhetssaker og hvilket nyhetsinnhold man som mediebruker eksponeres for. Dette kalles ifølge Thorson og Wells (2016, s. 316-317) for *sosial kurasjon*, og kan regnes som en grunnleggende handling i dagens informasjonsrike mediemiljø. I denne undersøkelsen ble det først og fremst lagt vekt på hvordan venners deling av nyhetssaker eksponerer informantene for nyhetsinnhold, noe som derfor vil være utgangspunkt for videre analyse.

De aller fleste informantene forteller at de jevnlig opplever å bli eksponert for nyhetssaker fra venner gjennom sosiale medier, men i likskap med informantene til Bergström og Belfrage (2018, s. 591), er det tydelig at enkelte av informantene også har utpekt spesifikke personer i sine sosiale nettverk til å være *opinionsledere* (Katz og Lazarsfeld, 1955, s. 31-32). Et fellestrekk med informantenes *opinionsledere*, er at dette synes å være personer de av ulike grunner stoler på, for eksempel nære venner, venner som er politisk aktive og/eller engasjerte, eller familiemedlemmer. Sistnevnte er blant annet tilfelle for Olea, som kan tenkes å tilegne faren sin en rolle som *opinionsleder*:

*Sånn som pappa da, han leser jo alle nyhetskilder som er hver eneste dag føler jeg, så hvis han ehh, hvis han finner noe som han tenker er aktuelt for meg så er det jo ofte at han sender meg linken. Ehh til det, og det er jo egentlig veldig greit, for da er det jo kanskje noe som jeg ikke har fått med meg ehh. Og så litt sånn som jeg sa i sted, hvis*

*noen nevner en eller annen sak som jeg ikke har hørt om så går jeg inn og leser på det.*

Det fremkommer ut ifra sitatet til Olea at hun opplever faren hennes som en god kilde til nyheter, ettersom hun selv anser han som godt oppdatert og velinformert. Bergström og Belfrage (2018, s. 592) finner i sin undersøkelse av opinionsledere ofte synes å ha en vesentlig rolle når det kommer til det å eksponere informantene for nyhetssaker de ellers ville ha gått glipp av. Dette kan også synes å være tilfelle for Olea, ettersom hun understreker at faren hennes gjerne deler saker som han tenker er aktuelle for henne og som hun kanskje ikke har fått med seg.

Trine forteller også i likskap med Olea, at hun ofte opplever at venner deler saker som hun ellers ikke ville ha fått med seg. Trine trekker særlig frem et eksempel hvor hun fikk med seg en nyhetsoppdatering om en demonstrasjon i Nigeria som følge av at hun selv hadde venner som var til stede under demonstrasjonen og som delte om denne på sine sosiale medier:

*Måten jeg fikk vite det var at hun hadde lagt ut ehh et innlegg på Instagrammen sin og så har jeg mange venner fra type Nigeria og andre land i Afrika og alle har jo postet om dette og var litt hysteriske så var jeg litt sånn okei hva er det egentlig som har skjedd. [...] Så da gikk jeg inn på nyhetsbildene våres for å se hva er det egentlig som har skjedd i Nigeria og så var det ingen som hadde skrevet noen ting om det og så gikk jeg til BBC og sånne ting og der fant jeg det, der på BBC sin nyhetskanal var det også det gikk i ett liksom.*

Videre forteller Trine at hun ikke tror at hun hadde fått med seg denne saken om det ikke var for at vennene hennes hadde delt den, særlig med tanke på at ingen norske nyhetsmedier hadde skrevet om den. I det første analysekapittelet fortalte Trine at hun er skeptisk til hvordan norske journalister ettersom hun opplever at de er selektive i hvilke saker de prioriterer å skrive, samt deres fremstillinger av ulike saker. Med dette i bakhodet, kan det tolkes som at Trine opplever venner som mer tillitsverdige nyhetskilder, og at hun dermed stoler på at de vil eksponere henne for viktige og sanne nyhetssaker.

En annen informant som også er interessant å trekke frem når det kommer til venner som opinionsledere på sosiale medier, er Kristine. Hun forteller at hun som følge av å ha mange

politiske engasjerte venner i sitt sosiale nettverk, opplever å bli eksponert for nyheter fra gode kilder:

*Jeg har jo veldig mange politiske venner som er styreledere i parti og alt mulig, og ungdomspartier så det hjelper jo litt også at de legger ut ting også, da får jeg det fra gode kilder som vet det, vet hva de snakker om.*

I det første analysekapittelet fortalte Kristine, i likskap med Trine at hun er skeptisk til journalisters vinklinger av ulike saker. Som følge av dette kan det tenkes at Kristine i stede for å oppsøke nyhetsmedier, opplever det som mer hensiktsmessig å nytte venner som hun vet er interessert i politikk og samfunnsaktuelle som et slags nyhetsfilter for viktige saker. Et slikt nyhetskonsument kan tenkes å være i tråd med Downs (1967) rasjonelle borger, ettersom Kristine nytter andres ekspertise for å tilegne seg informasjon om samfunnet.

### *5.2.2 Interesse for saker som blir delt av venner*

I følge Lazarsfeld m.fl. (1968, s. 150) er personlige relasjoner mer innflytelsesrike enn tradisjonelle medier ettersom de for det første har større dekning, og for det andre har flere psykologiske fordeler. Dette kommer også til syne i denne undersøkelsen ettersom de aller fleste informantene virker å ha betydelig større interesse for nyhetssaker som blir delt av venner på sosiale medier, enn saker som blir delt av nyhetsaktører selv. Frida begrunner blant annet dette med: «Jeg vil jo interessere meg for de tingene som de interesserer seg for». Ønsket om å interessere seg for det samme som venner og familie er også en gjengående forklaring blant flere andre informanter, blant annet forklarer Mariann dette på følgende måte:

*Jeg synes kanskje at det er viktig hvis at det er noen som står meg veldig nær om det er bestevennene mine eller noe sånt så synes jeg kanskje at det er viktig å få med meg den artikkelen fordi det er en mening de mener noe om og som jeg kanskje vil ta en del av og liksom prøve å skjønne hva de mener eller hvorfor de mener det de mener. Så da kan jeg godt trykke på den linken ja.*

Ut ifra sitatet til Mariann, kan det tenkes at hun opplever at saker som blir delt av venner har en slags nytteverdi, ettersom de potensielt kan skape innsikt i deres interesser og meninger. I denne sammenhenger er Schrøders (2015, s. 63) *hverdaglig «worthwhileness»* - begrep relevant å trekke frem. Dette omhandler at man som nyhetsleser vil ha lettere for å prioritere

nyhetsinnhold som skaper en slags tilknytning til ens personlige nettverk, noe som kan synes å være tilfelle for Mariann. En annen informant, Amalie, forteller i likskap med Mariann at hun opplever nyhetsinnhold som blir delt av venner som særlig interessant. For Amalie handler dette mest om at hun ønsker å vite hva venner snakker om:

*Hvis familie og venner deler det så er det jo mye lettere for at jeg leser det, for hvis det engasjerer de så vil jeg jo vite på en måte hva de synes er, eller hva de på en måte snakker om da, mhm.*

Det kan ut ifra sitatet til Amalie tolkes som at hun i likskap med Mariann opplever at nyhetsinnhold fra venner har en slags nytteverdi, eller *hverdagslig* «*worthwhileness*» (Schröder, 2015, s. 63), ettersom det å lese nyhetssaker som deles av venner kan tenkes å forsterke Amalies personlig relasjoner ved at hun enklere vil kunne delta i samtaler knyttet til de sakene som vennene hennes engasjerer seg for.

### **5.3 «Think aloud» - informantenes nyhetslesing i praksis**

For å finne ut mer om informantenes lesepraksiser på sosiale medier, valgte jeg i løpet av intervjuet å ta i bruk observasjonsøvelsen «*think aloud*». I denne sammenhengen ble informantene bedt om å *scrolle* gjennom nyhetsstrømmen sin på et valgfritt sosialt medium, og samtidig fortelle høyt om hvordan de vanligvis leser nyheter på sosiale medier, hvilket nyhetsinnhold de opplever som interessant, samt hvordan de vanligvis ville ha interagert med det gitte nyhetsinnholdet. Ut ifra dette fikk jeg en verdifull innsikt i hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier til å oppdatere seg på nyheter, samt hva de selv forstår med nyhetsbegrepet. Mens jeg frem til nå har studert hvordan informantene blir eksponert for nyheter gjennom *personlig* og *sosial kurasjon* på sosiale medier, vil jeg videre i dette kapitlet studere hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter, samt hva de forstår med nyhetsbegrepet. Tyngden av funnene i dette delkapitlet vil dermed være hentet fra observasjonsøvelsen.

#### *5.3.1 «Sjekker» og «snubler over» nyhetene på sosiale medier*

Ifølge Meijer og Kormelink (2015, s. 670) har nyhetslesing de seneste årene blitt en mer integrert del av folks hverdag, ettersom dette er noe som i dag i større grad foregår på tvers av ulike hverdagslige aktiviteter, nettsider og sjangrer enn tidligere. Med utgangspunkt i dette

hevder Meijer og Kormelink (2015, s. 670) at folks nyhetslesing ofte forekommer i sammenheng med deres *sjekkesyklus*, som går ut på at man ved å sette av små mikro-øyeblikk i hverdagen oppdaterer seg på det siste nye når det kommer til e-post, nyheter og sosiale medier i en og samme økt. Denne praksisen synes også å være sammenfallende med hvordan informantene i denne undersøkelsen konsumerer nyheter på sosiale medier. Videre vil jeg studere hvordan informantenes lesepraksiser kan ses i lys av Ørmens (2016, s. 171-174) *sjekke* og *snuble over*-begreper.

Et interessant funn når det gjelder informantenes nyhetslesing på sosiale medier, er at det synes å være kombinasjonen av innhold som gjør til at de opplever dette som gunstige kilder til nyheter. Ved å nytte sosiale medier er nemlig informantene opptatt av å både oppdatere seg på hva som skjer i venners liv og i samfunnet for øvrig, noe som samsvarer med målet for Meijer og Kormelink (2015, s. 670) sin *sjekkesyklus*. Dette er blant annet tilfelle for Marte:

*Jeg går inn på Facebook for å bli distrahert eller kaste bort litt tid og da er det mest for å gjøre noe annet i et par sekunder, ehh og da er jeg veldig åpen for nyheter, men det er ikke sånn at jeg går inn og tenker at nå skal jeg lese nyheter.*

*Hvorfor opplever du akkurat Facebook som verdt å «kaste bort tid på»?*

*Hvis jeg går inn på NRK og BT så får jeg ikke så mye ut av det [...] Jeg tror det er mer kombinasjonen av innhold litt sånn «hva skal vi finne på i dag da», det kan være alt mulig rart som dukker opp der liksom. Skjønner du hva jeg mener? Og at det er kombinasjonen av at jeg kanskje finner et kjekt arrangement, eller kanskje noen har forlovet seg, det er en blanding av personlig innhold fra mitt liv, ting jeg følger, blant annet mange ting, og at jeg går inn der for å gjøre noe annet en stund ikke fordi jeg skal gå inn og lese nyheter. For igjen det er liksom ikke noe jeg setter av tid til i livet mitt.*

Marte har tidligere fortalt at hun interesserer seg for nyhetsinnhold, men at hun ikke opplever å ha tid til nyhetslesing på nåværende livsstadium. I dette sitatet forteller hun imidlertid at hun gjerne kan oppsøke Facebook for å «kaste bort tid», og det kan ut ifra dette tenkes at hun opplever det som mer verdt tiden ettersom hun får en god kombinasjon av ulikt innhold på samme sted. Som følge av dette kan det tenkes at Marte i større grad *snubler over* (Ørmen,

2016, s. 174) nyhetsinnhold på sosiale medier, fordi hun ikke nødvendigvis har intensjon om å lese nyheter, men kan være åpen for nyhetssaker dersom hun kommer over noe hun synes virker interessant. Ettersom Marte ofte påpeker at nyhetslesing ikke er noe hun setter av tid til å gjøre i livet og samtidig forteller at hun har interesse for nyhetssaker, kan det tenkes at hun er villig til å lese nyhetssaker som hun opplever har en slags nytteverdi for henne. Slik Schrøder (2015, s. 63) beskriver, kan det tenkes at Marte må oppleve at nyhetssakene er så interessante at de er «verdt å bruke tid på» for at hun skal lese dem. En lignende praksis finnes også hos Olea, som forteller at hun foretrekker å lese nyheter på sosiale medier for og slippe å forholde seg til flere plattformer.

*Jeg føler at det er en ganske fin måte for meg å få med meg ting da, for når jeg uansett sitter på instagram og scroller så får jeg opp de sakene de legger ut [...] Der er det jo allerede på en plattform som jeg allerede bruker, så jeg trenger liksom ikke å gå inn enda et ekstra sted for å få det med meg.*

I likskap med Marte, kan det tenkes at Olea i stor grad *snuller over* (Ørmen, 2016, s. 174) nyheter på sosiale medier, ettersom hun forteller at nyhetslesingen forekommer mens hun allerede «sitter på Instagram og *scroller*». En slik tankegang, synes også å være et godt eksempel på «nyheter finner meg» (Toff og Nielsens, 2018, s. 8) da det virker som at Olea regner med at hun vil bli eksponert for nyheter ved å være på sosiale medier.

I motsetning til Marte og Olea forteller imidlertid Kristin at hun «er veldig mye innpå» og «følger veldig mye med» når det kommer til sosiale medier. Tidligere har Kristin fortalt at hun som følge av interessen for nyheter følger en god del nyhetsaktører på Facebook, og det kan ut ifra dette tenkes at hun regelmessig *sjekker* (Ørmen, 2016, s. 171) nyhetene på sosiale medier, ved å regelmessig kaste et blikk over nyhetsstrømmen for å se om det har hendt noe nytt siden sist. Kristin har også fortalt at de tradisjonelle nyhetsmediene kan oppleves overveldende og hun forteller i sammenheng med nyhetslesing på sosiale medier at hun opplever dette som en «mer avslappende måte å få med seg nyheter på». Det kan ut ifra dette tenkes at Kristin foretrekker å lese nyheter på sosiale medier fordi at det som følge av færre saker å forholde seg til gjør det enklere å holde oversikten over nye saker, noe som gjør til at hun opplever å være informert til enhver tid. Dette kan også tenkes å være tilfelle for Vilje, som forteller at hun foretrekker å lese nyheter på sosiale medier: «så jeg kan bruke minst mulig tid på å få med meg mest mulig». Vilje har også tidligere fortalt at hun følger flere

nyhetsaktører, og det kan i likskap med Kristin tenkes at hun også ofte *sjekker* nyhetene på sosiale medier ettersom det at hun ønsker å få med seg mest mulig, kan tolkes som at hun nytter sosiale medier med formål om å danne seg et overblikk over hva som skjer (Ørmen, 2016, s. 171).

### 5.3.2 Informantenes forståelse av nyhetsbegrepet

Som vi akkurat har sett ut ifra informantenes lesepraksiser på sosiale medier, forekommer nyhetslesingen ofte i sammenheng med deres *sjekkesyklus* på sosiale medier. Dette fører til at informantene ofte blir eksponert for både personlige oppdateringer og nyhetssaker om hverandre, noe som ifølge Meijer og Kormelink (2015, s. 676) kan føre til en utvidelse av hva mediebrukerne opplever som nyheter. Meijer og Kormelink (2015, s. 676) forklarer dette med at mediebrukerne potensielt vil kunne utvikle en forståelse av at alt som er nytt på sosiale medier er nyheter, og ikke bare nyheter fra nyhetsaktørene. Dette synes imidlertid ikke å være tilfelle blant informantene i denne undersøkelsen. Informantene ble nemlig i løpet av intervjuet spurt om hva de selv assosierer med begrepet nyheter, et spørsmål som for flere ble forenklet til «hva tenker du på når du tenker på nyheter?». Til dette svarte de aller fleste informantene at de tenkte på informasjon, og noen fortalte at de tenkte på politikk, kriser, krig og store hendelser. Marte forklarer blant annet sine assosiasjoner på følgende måte:

*Jeg tenker veldig sånn politikk, og så tenker jeg typ sånn verdenskrise, eller sånn store globale hendelser [...] Men så tenker jeg ofte sånn dritt-agurk-nyheter sånn liksom dritt som bare fyller opp verden, så altså det er de to retningene av assosiasjoner da.*

Sitatet til Marte fremstår som interessant fordi det at hun assosierer nyheter med enten politikk eller agurknyheter, kan tolkes som at hun skiller mellom *harde* og *myke* nyheter, noe som samsvarer med en tradisjonell forståelse av nyhetsbegrepet. *Harde nyheter* dreier seg ofte om politikk, økonomi og samfunnsliv på internasjonalt, nasjonalt og lokalt nivå, mens *myke nyheter* ofte omhandler sport, underholdning, kjendiser, kultur og forbrukerstoff (Moe og Kleiven, 2016, s. 2-3).

Denne tradisjonelle forståelsen av nyhetsbegrepet virker også å være gjengående blant de andre informantene. Dette kommer særlig til syne under observasjonsøvelsen, hvor informantene blir bedt om å fortelle hvilket innhold de liker å bli eksponert for på sosiale medier. I denne sammenhengen forteller nemlig flere at de liker å få opp oppdateringer fra



venner, eller oppdateringer knyttet til sine interesseområder, noe flere også påpekte at de ikke regnet som nyheter. Amalie forteller blant annet at hun liker å få oppdateringer fra underholdningsprogrammer som hun følger med på, som blant annet Farmen og Skal vi danse, men hun forteller selv at hun anser dette som «underholdningsnyheter», noe som kan tolkes som at hun anser disse oppdateringene for å ha en slags nyhetsverdi, men at hun ikke regner dem for å være nyheter. En annen informant Frida forteller at hun liker å få oppdateringer fra venner:

*Det kan være at for eksempel bare en venn skriver «åhh jeg fikk lappen i dag» og så bare det er ikke en nyhet da, men det er jo på en måte ting som jeg synes er kjekt å få med seg, jeg vet ikke.*

I likskap med Amalie, understreker også Frida at hun ikke anerkjenner slike oppdateringer som nyheter, noe som viser at hun skiller mellom nyheter og nyhetsoppdateringer. Dette gjør også Trine, som forteller at hun liker å få opp morsomme hundevideoer på Facebook, noe hun selv understreker er «ikke-nyheter». Et samlet inntrykk er altså at informantene, til tross for å konsumere nyheter og personlige oppdateringer om hverandre, har en tradisjonell forståelse av nyhetsbegrepet og skiller mellom nyheter og nyhetsoppdateringer fra venner og egne interesseområder. Informantene har dermed ikke en slik forståelse som Meijer og Kormelink (2015, s. 676) forklarer, hvor alt som er nytt blir ansett som nyheter.

#### **5.4 Oppsummering**

Dette analysekapittelet har studert hvordan informantene nytter sosiale medier som kilder til nyheter. Som vist i kapittelet får informantene til tross for å være sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier med seg en god del nyheter. Noen får med seg nyheter ved å nytte sosiale medier som et slags nyhetsaggregat hvor de ved å følge utvalgte nyhetsaktører på sosiale medier kan tenkes å personalisere sine egne nyhetsstrømmer ved *personlig kurasjon*. For andre informanter er venner en mer vesentlig kilde til nyheter, og flere opplever dermed å bli eksponert for nyheter ved *sosial kurasjon*, som et resultat av at venner deler nyhetssaker på sine sosiale medier.

I sammenheng med venner som nyhetsformidlere på sosiale medier, er det et interessant funn at informantene virker å ha en betydelig større interesse for nyhetssaker som blir delt av venner, enn nyhetssaker som blir delt av nyhetsaktørene selv. Dette kan tenkes å stemme

overens med Lazarsfeld (1968, s. 150) teori om at personlige relasjoner er mer innflytelsesrike.

Til slutt tok analysekapittelet for seg hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter, ved å studere funn som fremkom under observasjonsøvelsen «think aloud». Et interessant funn i denne sammenhengen er at kombinasjonen av innhold på sosiale medier virker å være en av årsakene til at dette fremstår som gunstige kilder til nyheter, ettersom det gir informantene mulighet til å oppdatere seg på både hva som skjer i venners liv og i samfunnet for øvrig som del av deres hverdagslige *sjekkesyklus*.

Samtidig var det også interessant å studere informantenes forståelse av nyhetsbegrepet, samt deres anvendelser av begreper under observasjonsøvelsen. Her fremkom det blant annet at informantene til tross for å tilegne personlige, underholdnings og interessestyrte oppdateringer en slags nyhetsverdi, likevel virker å skille dette fra nyhetssaker i en tradisjonell forståelse. Videre vil jeg i det siste analysekapittelet studere hvordan informantenes nyhetslesing kan ses i sammenheng med deres samfunnsengasjement.

## **Kapittel 6: Samfunnsengasjement**

Frem til nå har jeg studert informantenes aktive og passive forklaringer til sitt eget sjeldenkonsum. I denne sammenhengen har negativitet i nyhetsmediene, skepsis til journalister, vanskeligheter med av å navigere i nyhetsmediene, nedprioritering av nyheter og manglende tilhørighet til nyhetsmediene, vært fremtredende. Jeg har også studert hvordan informantene nytter sosiale medier som kilder til nyheter ved å personalisere nyhetsstrømmer ved *personlig og/eller sosial kurasjon*, samt hvordan informantene i praksis leser nyheter på sosiale medier.

Som analysen har vist frem til nå, får informantene til tross for å være sjeldenkonsumenter av nyhetsinnhold, med seg en god del nyheter. I dette siste analysekapittelet vil jeg i tråd med undersøkelsens tredje forskningsspørsmål se nærmere på hvilke sammenhenger informantenes nyhetslesing har med deres samfunnsengasjement. For å belyse dette vil jeg med utgangspunkt i funn fra de foregående analysekapitlene, samt informantenes besvarelse fra siste del av intervjuet, først diskutere hvordan informantenes nyhetslesing kan ses i sammenheng med idealet *overvåkende borger* og deretter hvordan informantenes samfunnsengasjement kan ses i sammenheng med teori om *offentlig tilknytning*.

### **6.1 Informantene som overvåkende borgere**

Som vist i teorikapittelet regjerer det i de fleste demokratiteorier et felles ideal om at man som borger i et samfunn har et ansvar for å tilegne seg informasjon nok til å kunne delta i offentligheten og gjennomføre rasjonelle politiske og private valg (Ferree m.fl. 2002, s. 316). Idealet om den informerte borger har lenge blitt sett på som det normative grunnlaget for å kunne forstå og vurdere nyhetsbrukere (Ytre-Arne og Moe, 2018, s. 228). Men slik Schudson (2000, s. 16) påpeker, er det urealistisk å skulle forvente at borgere i dagens informasjonsrike mediemiljø skal være oppdaterte på alle samtidspolitiske saker til enhver tid. Ut ifra informantens nyhetskonsument synes heller ikke idealet om den informerte borger å være forenelig med deres nyhetslesing. Ettersom informantenes nyhetslesing hovedsakelig foregår på sosiale medier, hvor hensikten oftest er å få med seg de viktigste nyhetssakene, er det derfor mer hensiktsmessig å studere informantenes nyhetskonsument i lys av Schudsons (2000, s. 16) ideale om *overvåkende borgere*.

### 6.1.1 Overvåker nyhetsstrømmen på sosiale medier

Selv om informantene sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, er det ikke dermed sagt at de ikke har interesse av nyhetsinnhold. Men slik Schudson også påpeker (2000, s. 16), er det flere av informantene som synes det er vanskelig å skulle holde seg oppdatert på alt som skjer til enhver tid, og de opplever ofte at nyhetsmediene kan virke overveldende og vanskelig å navigere i. Sitatet til Kristin illustrerer blant annet dette – hun synes at de tradisjonelle nyhetsmediene ofte presenterer nyheter på en overveldende måte, og hun foretrekker som følge av dette heller å konsumere nyheter på Facebook: «Hvis jeg er inne på nettsiden deres så er det bare nyheter på nyheter på nyheter på nyheter, mens på for eksempel si Facebook så kan jeg *scrolle* og så kan jeg få opp en nyhet [...]». I likskap med Kristin, foretrekker de aller fleste informantene å nytte sosiale medier til nyhetslesing. Som vist i det forrige analysekapittelet foregår informantenes nyhetslesing ofte som del av deres hverdagslige *sjekkesyklus*, hvor de regelmessig konsumerer nyhetsinnhold ved å *sjekke* og *snuble over* nyhetssaker i nyhetsstrømmene sine. Ut ifra dette kan det tenkes at informantene ved å *overvåke* nyhetsstrømmene sine på sosiale medier, forsøker å danne seg et overblikk over samfunnet de lever i. I et slikt perspektiv kan informantenes nyhetskonsumentenkes å ligne Schudsons (1998, s. 310-311) ideale om *overvåkende borgere*.

### 6.1.2 Tilstrekkelig eller sporadisk informert?

Samtidig som informantene har en interesse av å danne seg et overblikk over samfunnet de lever i, virker det også som at de har en interesse av å være informert om viktige saker i samfunnet. En gjengående uttalelse blant informantene er nemlig at de opplever det som unødvendig å oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier, ettersom de uansett får med seg de viktigste nyhetene gjennom sosiale medier. På den ene siden kan det at informantene er opptatt av å oppdatere seg på de viktigste sakene, tenkes å samsvare med Schudsons (2000, s. 16) forventninger til at *overvåkende borgere* ikke nødvendigvis trenger å være oppdatert på alle saker til enhver tid, men at de i stede er *tilstrekkelig informerte* til å identifisere farer mot seg selv og samfunnet for øvrig.

På den andre siden virker ikke dette å være helt forenelig med informantenes nyhetskonsument på sosiale medier, da det virker som at informantene først og fremst er på sosiale medier av andre formål enn å lese nyheter, men at de *kan* rette oppmerksomheten mot nyheter dersom de kommer over noe de oppfatter som stort og viktig. Dette kommer blant annet til syne i Marte

sin forklaring – hvor hun forteller at bruken av sosiale medier sjelden er direkte knyttet til nyhetslesing: «Jeg går inn på Facebook for å bli distraheret eller kaste bort litt tid og da er det mest for å gjøre noe annet i et par sekunder, ehh og da er jeg veldig åpen for nyheter». I likskap med Marte, er det de færreste av informantene som forteller at de aktivt oppsøker sosiale medier med formål om å oppdatere seg på nyheter. Som vist i det forrige analysekapittelet er informantenes nyhetskonsumenter i stor grad preget av en «nyheter finner meg» - tankegang (Toff og Nielsen, 2018, s. 8), ettersom det virker som at informantene forventer at de ved å være til stede på sosiale medier vil bli eksponert for viktige nyhetssaker som et resultat av at de selv følger nyhetsaktører (*personlig kurasjon*) eller ved at venner deler nyhetssaker (*sosial kurasjon*). Som følge av dette kan det tenkes at Ytre-Arne og Moe (2018, s. 235) beskrivelse av *sporadisk overvåkning* er en mer treffende beskrivelse av informantenes nyhetskonsumenter. I følge Ytre-Arne og Moe (2018, s. 238) innebærer *sporadisk overvåkning* at man verken er fullstendig informert eller i stand til å konstant kontrollere hva som mangler av informasjon. Sistnevnte kan også tenkes å være en forklaring til hvorfor informantene opplever at de blir informerte om de viktigste sakene, fordi de rett og slett ikke er klar over hvilke andre saker de går glipp av.

Samtidig kan det at informantene forventer at de ved å være til stede på sosiale medier vil bli eksponert for viktige saker, sammenlignes med Zallers alarm-standard (2003, s. 110). Denne tar utgangspunkt i Downs (1967, referert i 2003, s. 119) økonomiske demokratiteori om at informasjon er kostbart i form av at det krever tid som kunne vært brukt på andre ting. Slik Zaller (2003, s. 110) beskriver, kan det tenkes at informantene forventer at de vil bli *alarmert* om store og viktige hendelser. Dette kommer blant annet til syne i Trine sin uttalelse, hvor hun mot slutten av intervjuet forteller at hun «[...] får jo alltid vite det hvis det skjer noe jeg må, må vite». Dette er en holdning som også synes å være gjengående blant de andre informantene. Samlet kan det dermed tenkes at informantene inntar en slags overvåkende rolle ved å nytte sosiale medier som kilder til nyheter, hvor denne overvåkingen i større grad leder til at de blir *sporadisk informerte enn tilstrekkelig informerte*. Dette er som følge av at nyhetskonsumenter deres i stor grad avhenger av hvilke nyhetssaker som tilfeldig dukker opp mens informantene *scroller* gjennom sosiale medier, samt hvilke saker de selv oppfatter som viktige.

### 6.1.3 Oppfyller et normativt minimumskrav

Et annet interessant funn når det gjelder informantenes nyhetskonsument, er at de til tross for å sjelden oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier og regelmessig overvåke nyhetsstrømmene sine på sosiale medier, anerkjenner at nyhetsmediene har en viktig rolle i demokratiet. Det er særlig i forbindelse med valgdeltakelse at informantene trekker frem nyhetsmediene som viktige, og flere forteller at de kan oppsøke nyhetsmedier for å oppdatere seg i forkant av valg. Marte forklarer at selve valgdeltakelsen er motiverende for å sette seg inn i hva som skjer i samfunnet:

*Rett og slett fordi man blir pushet til å sette seg inn i hva som skjer, eller man burde bli det, man burde kjenne et visst press til å sette seg inn i hva som skjer og oppdatere seg på hva de ulike partiene står for, i alle fall hvert fjerde år.*

Det kan i Martes sitat tolkes som at hun kjenner på et press til å være informert om hva som foregår i samfunnet, før hun utøver egen deltakelse ved å stemme ved valg. Flere informanter forteller også i likskap med Marte at de gjerne leser nettaviser, partiprogram og ser debatter i forkant av valg. Dette viser at informantene til tross for å være sjeldenkonsumenter av tradisjonelle nyhetsmedier, har en viss politisk og samfunnsrettet orientering. Det at informantene oppdaterer seg på nyhetssaker i forkant av valg, kan i denne sammenhengen tenkes å være forenelig med den politiske og samfunnsrettede dimensjonen Schudson (2000, s. 16) legger til grunn for en *overvåkende borger*. Samtidig kan det at informantene tar ansvar og opplyser seg i forkant av politiske valg, tenkes å være forenelig med Strömbäcks (2005, s. 334) *konkurransmodell*. Denne modellen forventes at borgere i samfunnet tilegner seg nok informasjon til å gjennomføre rasjonelle politiske valg, men det forventes ikke at de deltar aktivt i debatter på forhånd eller engasjerer seg politisk på andre måter (Strömbäck, 2005, s. 334). Ettersom dette er tilfelle for de fleste informantene i denne undersøkelsen, kan det dermed tenkes at de oppfyller et slags normativt minimumskrav ved å opplyse seg i forkant av politiske valg.

I tillegg til å anerkjenne nyhetsmediene som viktige i forbindelse med valg, er det også flere informanter som trekker frem nyhetsmedienes informasjonsfunksjon som viktig i det demokratiske samfunnet. Et interessant funn i denne sammenhengen er at flere til tross for å anerkjenne viktigheten av å ha informasjon tilgjengelig, ikke anser det som nødvendig å oppsøke denne informasjonen selv. Anja forteller blant annet at det å lese nyheter er noe

«andre folk kan gjøre» og at hun «ikke har så lyst til å lagre den informasjonen selv». Til tross for dette forteller Anja at hun ville oppsøkt nyheter dersom ingen andre hadde hatt tilgang til dem.

*Det er jo ganske viktig at man får med seg ting [...] hvis ingen rundt meg hadde tilgang til nyheter og jeg var den eneste som hadde tilgang til de så ville jeg nok sikkert sett de, eller oppsøkt de.*

Anja synes altså at det er viktig å ha tilgang til informasjon, men ser ikke selv behovet for å oppsøke denne. Et lignende funn finner også Helgerud (2017, s. 9) blant sine informanter, hvor flere antyder at de ikke anser det som sin rolle i samfunnet å være oppdatert til enhver tid og heller tilegner denne rollen eksperter og ekspertgrupper på samme måte som Downs (1967, referert i 2003, s. 119) argumenterer for. En annen informant, Trine, forteller også i likskap med Anja at hun anser nyhetene som viktige i demokratiet, særlig som følge av at vi har ytringsfrihet og «kan skrive så fritt som vi gjør». Likevel mener hun at det bør være opp til hver enkelt om man ønsker å oppsøke denne informasjonen eller ikke, og at det som følge av dette ikke burde bli sett på som en plikt å følge med på nyheter. Det kan ut ifra dette tenkes at informantene ikke nødvendigvis anser nyhetslesing som en forutsetning for å være en god borger, og det er dermed lite som tyder på at informantenes nyhetslesing motiveres av plikt slik ideale om den informerte borger impliserer (Strömbäck, 2005, s. 332).

## **6.2 Offentlig tilknytning – et hverdagslig og beredt samfunnsengasjement**

Samfunnsengasjement blir ofte omtalt som aktiviteter borgere gjør for å påvirke omstendigheter i samfunnet som er relevant for andre, utenfor egen familie og krets av nære venner (Adler og Goggin, 2005, s. 241). I teorikapittelet så vi blant annet hvordan den deltakende demokrati-modellen forventer at borgerne i samfunnet skal interessere seg i politikk og engasjere seg i samfunnet ved å delta i felles aktiviteter som foreninger og samfunnsorganisasjoner (Strömbäck, 2005, s. 336). Tanken bak disse forventningene er at jo høyere engasjement borgerne viser ved å være deltakende i samfunnet, jo bedre.

Når informantene blir spurt om hvilke tanker de har om sitt eget samfunnsengasjement, er det de færreste som forteller at de opplever seg selv som særlig engasjerte utover at de deltar ved politiske valg. Mariann beskriver blant annet sitt eget samfunnsengasjement som: «sånn

standard rister på hodet når Sylvi Listhaug kommer med stygge kommentarer om innvandrere». Det virker ut ifra Mariann, og flere av informanters uttalelser, som at de har en forståelse av samfunnsengasjement som samsvarer med (Adler og Goggin, 2005, s. 241) sin beskrivelse. Som følge av dette kan det tenkes at informantene opplever sitt eget samfunnsengasjement som lavt, ettersom de verken er engasjert i politiske partier eller i frivillige verv. Når det er sagt, betyr ikke dette at det ikke finnes samfunnsinteresse eller engasjement blant informantene. Slik Schudson (1998, s. 295) påpeker kan politiske handlinger finne sted andre steder enn på rent politiske områder. Dette er noe som også synes å være tilfelle for informantene i denne undersøkelsen, og jeg vil i dette delkapittelet studere hvordan informantenes samfunnsengasjement i lys av teori om offentlig tilknytning kan ses på som *hverdagslig* og/eller *beredt*.

### 6.2.1 Et hverdagslig engasjement

Selv om informantene i denne undersøkelsen ikke opplever å ha et samfunnsengasjement i en slik forstand som Adler og Goggin (2005, s. 241) beskriver, er det dermed ikke sagt at de ikke har noen slags form for orientering mot samfunnet. Informantenes samfunnsorientering synes imidlertid å ligge nærmere det Couldry m.fl. (2010, s. 3) omtaler som *offentlig tilknytning*. På samme måte som informantene konsumerer nyheter gjennom sosiale medier som en del av deres hverdagslige *sjekkesyklus*, er det også i de hverdagslige situasjonene informantenes samfunnsengasjement i størst grad kommer til syne.

Et eksempel på dette er at så å si alle informantene forteller at de regelmessig diskuterer nyhetssaker og samfunnsaktuelle temaer med andre. Ifølge Ekman og Åmnå (2012, s. 291) er slike samfunnsaktuelle samtaler også en måte å vise politiske engasjement i samfunnet på. Det å snakke med andre om samfunnsaktuelle temaer i det hverdagslige liv er også en del av det den deliberative demokrati-modellen (Strömbäck, 2005, s. 334) vektlegger som viktig for et velfungerende demokrati. Denne typen samtaler foregår gjerne med kollegaer i lunsjen, i kollokviégrupper på studiene, rundt middagsbordet med familien, hjemme med samboer og ellers i sammenkomster med venner. Vilje forteller blant annet at dette er noe hun ofte gjør med kollegaer på jobb: «jeg synes det er viktig, altså vi gjør det hver dag når vi drikker kaffe om morgenen her på jobben heheh, det gjør vi». Videre forteller Vilje at det å diskutere nyhetssaker med kollegaer også kan fungere som en motivasjon for å få med seg nyheter, ettersom hun selv ønsker å kunne ha noe og komme med i disse samtalene. Dette viser seg



også å være tilfelle for Frida, som forteller at det kan føles ubehagelig å kjenne seg uinformert om saker som andre snakker om:

*Det kan være kjekt å vite litt om i stedet for å være helt fjern og bare være sånn «hæ er det korona, det har ikke jeg hørt om». Altså det er kjekt å på en måte kunne være, å bidra i en samtale med informasjon, kanskje de andre vet noe som ikke jeg vet, det er litt sånn ja.*

Ut ifra dette kan det tenkes at informantene, i tillegg til å motiveres av saker de interesserer seg for, også motiveres til å holde seg oppdatert på saker som blir diskutert av folk de kjenner, slik at de har mulighet til å delta i disse samtalen. Samtidig er det flere som forteller at det å diskutere nyhetssaker med venner, kan være en nyttig måte å selv bli informert. Olea forklarer dette på følgende måte: «man har jo ikke sjanse til å få med seg alt hver og en av oss så det at man snakker om ting så får man lære ting av andre, og man holder hverandre litt oppdatert da». Hun opplever altså at det er uoverkommelig å få med seg alt av informasjon, og at hun ved å snakke med mennesker i hennes omgangskrets blir mer informert. Det at Olea og flere andre informanter nytter seg av andres ekspertise for å holde seg informert, kan tenkes å være i tråd med Downs rasjonelle borger (1967, referert i 2003, s. 119).

En annen måte det hverdagslige samfunnsengasjementet kommer til syne på, er ved at flere av informantene forteller at de selv aktivt kan engasjere seg i og dele nyhetssaker på sosiale medier. Kristin forteller blant annet at hun aktivt deler innlegg fra Amnesty International fordi hun ønsker å ta del i kampen om kvinners rettigheter og anti-rasisme: «Jeg må liksom, hvis jeg leser noe jeg liksom tenker å herregud hva er dette her for noe, dette må folk få med seg, så vil jeg liksom si det videre». Videre forteller Kristin at hun også aktivt skriver under på underskriftskampanjer knyttet til disse temaene, og at hun gjerne oppfordrer venner og familie til å gjøre det samme. En lignende forklaring finnes også hos Mari, som forteller at hun gjerne deler saker som engasjerer henne for å «vise tydelig hva hun står for og spre kunnskap videre». Ut ifra dette kan det tenkes at informantene til tross for å oppsøke nyheter i liten grad, kan kjenne på et behov for å dele nyhetssaker, som de opplever har en *deltakende-«worthwhileness»* (Schrøder, 2015, s. 63), videre med folk i sine egne nettverk. Dette er et interessant funn ettersom det viser at informantene selv også kan fungere som *opinionsledere* (Katz og Lazarsfeld, 1955, s. 31-32). Et annet interessant funn knyttet til informantenes deling

av nyhetssaker på sosiale medier, er at mens de fleste av informantene tidligere har fortalt at det hovedsakelig nytter Facebook til å bli eksponert for nyheter, forteller at de som regel nytter story-funksjonen på Instagram og Snapchat til å selv dele nyhetssaker. Dette er interessant da det viser hvordan ulike sosiale medier også kan ha ulike nyhetsfunksjoner.

Informantenes samfunnsengasjement kommer også til syne ut ifra hvilke andre valg de tar i hverdagen. Mariann forteller for eksempel at hun er opptatt av å gjøre bærekraftige valg i hverdagen, ettersom hun interesserer seg for klima. Hun nevner også selv flere ganger i løpet av intervju samtalen at dette er et tema hun bryr seg om, til tross for at de også kan virke skremmende: «klimakampen er jo også skummel, men det på en måte engasjerer meg da». I kapittel 4 fortalte Mariann at hun gjerne unngår å følge med på nyheter fordi hun tar innover seg det negative. I denne sammenhengen forteller at hun derimot at hun kan engasjere seg for klima til tross for at det er skummelt, fordi det engasjerer henne, noe som igjen viser hvordan politisk engasjement kan være styrt av personlig preferanse. En annen informant, Olea, forteller at hun bevisst har begynt å redusere plastforbruket sitt, som en del av at hun ønsker å bli mer miljøbevisst. Dette er også i likskap med Mariann et eksempel på en hverdagspraksis som kan tenkes å ha en sammenheng med informantenes *offentlige tilknytning*. Moe m.fl. (2019, s. 20) finner også lignende funn blant sine informanter, hvor enkelte av informantenes offentlige tilknytning kommer til syne i deres engasjement for naturvern, mens det for andre kommer til syne i engasjement for dyrevern.

### 6.2.2 Et beredt engasjement

Informantenes *offentlige tilknytning*, kan også ses i sammenheng med Moe (2020, s. 217) sitt ideal om en *beredt borger*. Dette går ut på at man som borger ikke nødvendigvis behøver å være informert om alle aktuelle spørsmål, men at man i stede har en slags generell politisk interesse, ressurser og effektivitet til å handle når det trengs (Moe, 2020, s. 217). I denne undersøkelsen forteller alle informantene at de stemmer ved politiske valg, noe som kan tenkes å være forenelig med nettopp kravet om en generell politisk interesse (Moe, 2020, s. 217). Samtidig kommer denne interessen til syne, i form av at så å si alle informantene har samfunnsaktuelle saker og temaer de selv engasjerer seg i: Mariann forteller blant annet om en interesse for kulturvern og klima, Kristin om likestilling og anti-rasisme, Kristine om feminisme, anti-rasisme, innvandring og sosiale ulikheter, Vilje forteller om en interesse for kommunepolitikk, Mari om likestilling og kvinners rettigheter, Olea om miljøvern og Frida

forteller om en særlig interesse for ting som skjer i lokalmiljøet. Det at informantene viser en interesse for enkelte samfunnsaktuelle saker, kan også tenkes å samsvare med Couldry m.fl. (2010, s. 3) sitt krav om at det bør finnes et normativt minstenivå av oppmerksomhet fra borgere for at de skal kunne orientere seg mot offentligheten.

I tillegg er det fremtredende at informantene i stor grad lener seg på sitt sosiale nettverk, både på sosiale medier og i virkeligheten, for å utveksle og tilegne seg nyhetssaker og informasjon om samfunnet for øvrig. Som vist i kapittel fem, forventer de aller fleste informantene at de ved å være til stede på sosiale medier vil bli eksponert for det viktigste av nyhetssaker. Informanten Trine beskriver blant annet dette: «jeg får det jo alltid med meg dersom det er noe jeg må vite». Dette er en holdning som også synes å være gjengående blant de aller fleste informantene. Ut ifra dette kan det tenkes at informantene, på samme måte som Moe (2020, s. 218) beskriver, anser det som tilstrekkelig at noen i deres sosiale nettverk overvåker nyhetsbildet, og at de stoler på at noen vil reagere dersom en situasjon skulle oppstå. Ifølge Moe (2020, s. 218) er det nemlig ikke nødvendig at alle overvåker nyhetsbildet til enhver tid slik som Schudson (1998, s. 310-311) hevder, eller at alle blir *alarmerte* slik Zaller (2003, s. 122) foreslår, så lenge noen i ens sosiale nettverk følger med.

Selv om informantene i stor grad lener seg på sitt sosiale nettverk, og derfor forventer at de vil bli eksponert for viktige saker og *alarmert* om viktige hendelser, fremkommer det også i løpet av intervjuet eksempler på at informantene selv har blitt *alarmerte* og dermed motiverte nok til å reagere. Dette kommer til syne i enkelte av informantenes forklaringer av at de selv har tatt direkte kontakt med nyhetsaktører og journalister, som et resultat av misnøye av blant annet mediernes fremstillinger av saker, eller for å etterspørre saker som de selv interesserer seg for. Kristine forteller blant annet at hun en gang «kom i klammeri» med en journalist i NRK fordi hun opplevde at han brukte dårlige kilder i en artikkel om anti-rasisme – et tema hun selv er svært engasjert i:

*[...] Nei han hadde brukt Fox News som kilde i en nyhetsartikkel da, om Black Lives Matter– greiene da, og stilt spørsmål som «er det urettferdig at de blir drept? Og ditten og datten da», så sa han vel at han første som ble drept i år at han hadde kriminell bakgrunn og kanskje var ruset og at han kanskje døde av andre ting enn denne kvelingen da og det hadde han fått fra Fox News, og Fox News er jo et ganske kjent rasistisk nyhetspalass fra USA. Og så sa jeg faktisk det til han journalisten da,*

*jeg sendte han faktisk en mail [...] jeg sa bare at Fox News var en dårlig kilde. Så sa han, ja du får lese deg opp på rasisme før du skrivi til meg igjen, og det var NRK.*

Sitatet til Kristine er interessant, ettersom det tyder på at hun til tross for å ikke aktivt oppsøke nyheter, likevel får med seg når det blir begått overtramp i nyhetsmediene når det gjelder saker hun selv engasjerer seg i. Ut ifra dette kan det tenkes at Kristine er en beredt borger, ettersom hun slik Moe (2020, s. 217) beskriver, har både politisk interesse, ressurser og effektivitet til å handle når det trengs. I likskap med Kristine, forteller også Trine at hun tidligere har sendt mailer til diverse nyhetsaktører hvor hun har etterspurt enkeltsaker fordi det ifølge henne «er mye de velger å ikke fortelle oss». I disse tilfellene har hun etterspurt saker som hun selv kunne tenke seg å lese mer om, og hun trekker igjen frem hendelsen om demonstrasjonen i Nigeria som hun tidligere i kapittel fem fortalte at hun ble gjort oppmerksom på av en venninne.

*Jeg ble veldig opprørt, og jeg følte at det bare bekreftet veldig sånn at her skjer det noe dritstort og så er det ikke vesten så da bare går det hus forbi fordi det trenger ikke vi å vite så mye om.*

Sitatet til Trine viser at også hun, på samme måte som Kristine, kan tenkes å være en beredt borger ettersom hun har evne til å reagere når det blir begått overtramp. Samtidig viser sitatet til Trine hvordan Moes (2020, s. 218) sosiale aspekt ved den beredte borger kan synes å fungere i praksis, ettersom Trine først ble alarmert om nyhetssaken av at venninnen hennes og hvordan Trine nytter sine ressurser og reagerer.

### **6.3 Oppsummering**

I dette siste analysekapittelet har jeg studert informantenes nyhetskonsument i sammenheng med deres samfunnsengasjement. I første del av kapittelet ble informantenes nyhetskonsument studert i sammenheng med idealet om en *overvåkende borger*. Her fremkommer det at informantene til dels kan anses som overvåkende, ettersom de overvåker nyhetene ved å overvåke nyhetsstrømmene på sine sosiale medier. Samtidig synes ikke dette å være et forenelig ideal med informantenes nyhetskonsument, ettersom de først og fremst virker å være opptatt av å få med seg det viktigste og dermed være *sporadisk informert*, fremfor å være *tilstrekkelig informert*. Det fremkommer også i den første delen at informantene kan tenkes å oppfylle et

normativt minstekrav, da de aller fleste forteller at de nytter nyhetsmedier til å oppdatere seg på politiske saker i forkant av valg.

I den andre delen av kapitlet ble informantenes samfunnsengasjement studert i lys av teori om *offentlig tilknytning*. Informantenes samfunnsengasjement ble i denne sammenhengen kategorisert og studert som *hverdagslig* og *beredt*. Det hverdagslige engasjementet viser hvordan informantene kan synes å utøve et samfunnsengasjement ved å diskutere nyhetssaker og samfunnsaktuelle tema med folk de kjenner, dele nyhetssaker på sosiale medier og ellers andre valg de tar i hverdagen. Det beredte engasjementet viser hvordan informantene kan synes å være beredte borgere som følge av at de har en viss politisk orientering ved å engasjere seg i enkelte politiske og samfunnsaktuelle tema, hvordan de nytter sitt sosiale nettverk til å bli alarmert om viktige saker og hvordan informantene i enkelte tilfeller også kan være alarmerte og dermed reagere når det blir begått et overtramp.

## Kapittel 7: Oppsummering og konklusjon

Denne masteroppgaven har tatt i bruk kvalitativ metode for å undersøke hvilke refleksjoner unge kvinnelige sjeldenkonsumenter har til sin egen nyhetsbruk, hvilke erfaringer de har med sosiale medier som nyhetskilder, samt hvilke refleksjoner de har knyttet til sitt eget samfunnsengasjement. Funnene viser at sjeldenkonsum er et komplekst fenomen, sammensatt av individuelle behov og preferanser. Årsakene til hvorfor informantene sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier er preget av *aktive* og *passive* forklaringer, hvor det ene ikke nødvendigvis utelukker det andre. Blant annet er negativitet i nyhetsmediene, skepsis til journalister og vanskeligheter med å navigere i nyhetsmediene fremtredende aktive forklaringer. De passive forklaringene er imidlertid mer komplekse ettersom de i større grad dreier seg om en betinget preferanse for nyhetsinnhold, som leder til en mer eller mindre ubevisst unngåelse av nyheter. I denne sammenhengen er forklaringer knyttet til nedprioritering av nyhetsinnhold i en hektisk hverdag og manglende tilhørighet til nyhetsmediene sentrale.

Samtidig er informantenes bruk av sosiale medier som alternativ kilde til nyheter en avgjørende årsak til at de sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Funnene viser i denne sammenhengen at informantene, til tross for å sjelden oppsøke nyheter fra tradisjonelle medier, likevel får med seg en god del nyheter gjennom sine nyhetsstrømmer på sosiale medier. Informantene synes å ha en slags «nyheter finner meg» - tankegang (Toff og Niensens, 2018, s. 8), ettersom de forventer å få med seg det viktigste av nyheter på sosiale medier. Måten informantene eksponeres for nyheter gjennom sosiale medier er for det første som et resultat av *personlig kurasjon*, hvor de ved å følge tradisjonelle nyhetsaktører kan tenkes å nytte sosiale medier som et slags nyhetsaggregat for å få med seg det viktigste av nyheter. Samtidig viser funnene at også informantenes venner spiller en vesentlig rolle som nyhetsformidlere. Flere av informantene opplever nemlig regelmessig å bli eksponert for nyheter som et resultat av *sosial kurasjon*, hvor venner deler nyhetssaker slik at disse dukker opp i informantenes egne nyhetsstrømmer. Samtidig har flere av informantene utpekt spesifikke personer i sine nettverk til å være *opinionsledere*, som de forventer vil eksponere dem for de største og viktigste sakene. Det er også et interessant funn i denne sammenhengen at informantene har en betydelig større interesse for nyhetssaker som blir delt av venner på sosiale medier, noe som kan tenkes å dreie seg om at informantene interesserer seg for

nyheter som kan skape en tilknytning til deres personlige nettverk, slik Schröder beskriver (2015, s. 63 *hverdagslig «worthwhileness»*).

Videre viser observasjonsøvelsen «think aloud» hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier som kilder til nyheter. Funnene viser i denne sammenhengen at selve kombinasjonen av innhold på sosiale medier virker å være en av årsakene til at dette fremstår som gunstige kilder til nyheter, ettersom det gir informantene mulighet til å oppdatere seg på både hva som skjer i venners liv og i samfunnet for øvrig som del av deres hverdagslige *sjekkesyklus* (Meijer og Kormelink, 2015, s. 670). Samtidig viser denne delen av intervjuet hvordan informantene selv forstår nyhetsbegrepet og hvordan de til tross for å tilegne personlige, underholdnings og interessestyrte oppdateringer en slags nyhetsverdi, likevel virker å skille dette fra nyhetssaker i en tradisjonell forståelse.

Når det gjelder sammenhengen mellom informantenes nyhetskonsument og deres samfunnsengasjement, viser funnene at informantene til dels kan anses som *overvåkende borgere* (Schudson, 1998, s. 310-311) ettersom de kan synes å *overvåke* nyhetene ved å *overvåke* nyhetsstrømmene sine. Men som et resultat av informantenes sporadiske og tilfeldige nyhetslesing, og deres stadige fokus på å «få med seg det viktigste» synes ikke informantene å tilfredsstille Schudsons (1998, s. 310-311) krav om *overvåkende borgere* som tilstrekkelig informerte. I stede viser funnene i denne sammenhengen at Ytre-Arne og Moes (2018, s. 235) beskrivelse av *sporadisk overvåkning* er en mer treffende beskrivelse av informantenes nyhetskonsument, ettersom informantene opplever å bli informert om de viktigste sakene, og samtidig ikke er klar over hvilke andre saker de går glipp av.

Videre viser funnene knyttet til informantenes samfunnsengasjement, at de til tross for å ikke er engasjerte seg i politiske partier eller i frivillige verv, likevel kan synes å ha et samfunnsengasjement som utspiller seg mer i informantenes hverdagslige liv. Flere av informantene forteller nemlig at de regelmessig diskuterer nyhetssaker og samfunnsaktuelle tema med folk de kjenner. Andre forteller at de kan finne på å dele nyhetssaker på sine egne sosiale medier for å informere folk i sine nettverk. Samtidig kan informantenes samfunnsengasjement til syne ut ifra hvilke valg de tar i hverdagen, for eksempel ved å gjøre mer miljøbevisste og bærekraftige valg. Disse måtene å engasjere seg i samfunnet, kan tenkes å henge sammen med det Couldry m.fl. (2010, s. 3) omtaler som *offentlig tilknytning*.

Samtidig synes informantene å utøve et beredt engasjement, som kan tenkes å være forenelig med Moes (2020, s. 217) ideale om en beredt borger. Så å si alle informantene viser nemlig en viss politisk og samfunnsaktuell orientering ved at de engasjerer seg i enkelte politiske og samfunnsaktuelle tema. Samtidig kan det at informantene i stor grad nytter sitt sosiale nettverk til å bli alarmert om viktige saker og hendelser, tenkes å være forenelig med et beredt engasjement. Funnene viser i denne sammenhengen at informantene, til tross for å ikke være informert om alle aktuelle spørsmål, likevel har en slags generell politisk interesse, ressurser og effektivitet til å handle når det trengs.

Samlet viser funnene i denne undersøkelsen at det finnes flere ulike aktive og passive forklaringer til at sjeldenkonsumentene i mindre grad oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier. Samtidig viser funnene hvordan sosiale medier kan fungere som en alternativ kilde til nyheter for unge kvinnelige sjeldenkonsumenter og hvordan de kan synes å utøve et samfunnsengasjement som i hovedsak utspiller seg i det hverdagslige. Som vist i teorikapittelet er forskningsdiskursen i dag preget av en uenighet når det kommer til hvorvidt man kan anse unges sjeldenkonsum som problematisk i et demokratisk perspektiv eller ikke. Funnene i denne undersøkelsen viser imidlertid at sjeldenkonsumenter også kan få med seg en god del nyheter og utøve et samfunnsengasjement. Dette kan tyde på at økende valgmuligheter når det kommer til nyhetsinnhold, ikke nødvendigvis er bekymringsverdig i den grad at det fører til at unge kobler seg fra nyhetsinnhold. I stede fremkommer det i denne undersøkelsen av den økende muligheten synes å ha en motsatt effekt, hvor nyhetsinnhold som følge av å bli mer tilgjengelig fører til at det blir vanskelig å unngå dem. Samtidig viser informantenes bruk av sosiale medier som kilder til nyheter hvordan nyhetskonsumenter som et resultat av teknologisk utvikling og digitalisering kan finne nye former.

## **7.1 Veien videre**

Sjeldenkonsum er utvilsomt et tema som har behov for mer forskning, da nyhetskonsumenter gjennom alternative kilder frem til nå i liten grad har blitt inkludert på nyhetsstatistikken. Mens denne studien viser hvordan informantene i praksis nytter sosiale medier som et alternativ, går den ikke i dybden av hvilket nyhetsinnhold informantene foretrekker. Som følge av dette undersøker denne undersøkelsen ikke informantenes kunnskaper og heller ikke hvordan informantenes *personlige* og *sosiale kurasjon* av nyhetsinnhold kan ses i sammenheng med et ekkokammer-perspektiv. For den videre forskningen kunne det derfor



vært interessant å studere hvordan tilfeldig eksponering i kombinasjon med personalisering av nyhetsinnhold på sosiale medier, kan ses i sammenheng med *hvilke* saker sjeldenkonsumenter velger å lese, diskutert opp mot et ekkokammer-perspektiv.

Et annet funn som fremkom i denne studien, og som har blitt viet lite oppmerksomhet, er at informantene i det de skal fortelle om hvilke saker de engasjerer seg i, konsekvent nevner saker som har vært dominerende på sosiale medier det siste året. Eksempler på dette er Black Lives Matter, Moria-leiren, likestilling og kvinnekamp. I den videre forskingen kunne det derfor også vært interessant å studere hvordan bruken av sosiale medier skaper innflytelse på ens samfunnsengasjement, samt hvordan man kan synes å utøve samfunnsengasjement gjennom sosiale medier.

Samtidig kommer jeg ikke uten om å nevne at denne undersøkelsen dreier som om unge kvinnelige sjeldenkonsumenter i alderen 20-27 år, og det kunne dermed vært interessant å omfavne en større aldersgruppe, ettersom det kan tenkes at årsakene til sjeldenkonsumenter vil variere ut ifra alder og livssituasjon. Det ville også vært interessant å studere sjeldenkonsumenter opp mot aktive nyhetsbrukere og sammenligne lesemåter, kunnskapsnivå, politisk orientering og deltakelse.

## Referanseliste

Aalen, I. (2016) *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.

Adler, R. P. og Goggin, J. (2005) What Do We Mean By “Civic Engagement?” *Journal of Transformative Education* [Internett] 3(3), s. 236-253. DOI: 10.1177/1541344605276792

Bennett, W. L. (2003). The Burglar Alarm That Just Keeps Ringing: A Response to Zaller. *Political communication* [Internett] 20(2), s. 131-138. DOI: 10.1080/10584600390211145

Bergstrøm, A. og Belfrage, M. J. (2018) News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism* [Internett] 6(2), s. 583-598. Taylor & Francis Group, Routledge. DOI: 10.1080/21670811.2018.1423625

Blekesaune, A., Elvestad, E. og Aalberg, T. (2012) Tuning out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe’s Disconnected Citizens. *European sociological review* [Internett] 28(1), s. 110-126. DOI: 10.1093/ESR/JCQ051

Boukes, M. og Vliegenthart, R. (2017) News Consumption and its Unpleasant Side Effect. *Journal of media psychology* [Internett] 29(3), s. 137-147.

Couldry, N., Livingstone, S. og Markham, T. (2010) *Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention*. Houndmills: Palgrave Macmillian

Downs, A. (1957) *An economic theory of democracy*. New York: Harper & Row.

Ekman, J. og Amnå, E. (2012) Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human affairs* [Internett] 22(3), s. 283-300. DOI: 10.2478/S13374-012-0024-1

Ellison, N. og Boyd, D. (2013) Sociality Through Social Network Sites. Dutton, William H. red. *The Oxford Handbook of Internet Studies* [Internett] s. 151-172. Oxford University Press. DOI: 10.1093/OXFORDHB/9780199589074.013.0008

Elvestad, E. (2015) Barn av informasjonsrike medieomgivelser: En studie av norske elever og studenter sitt forhold til nyheter i tradisjonelle og sosiale medier. Skriftserien fra Høgskolen i Buskerud og Vestfold nr. 23 [Internett] DOI: 10.13140/RG.2.1.2268.5202

Elvestad, E. og Phillips, A. (2018) Misunderstanding News Audiences. Seven Myths of the Social Media Era. Communication and Society, Routledge.

Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johansen, K. Og Wollebæk, D. (2013) *Liker- liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Eppler, J. M., og Mengis, J. (2004) The Concept of Information Overload: A Review of Literature from Organization Science, Accountion, Marketing, MIS and Related Disciplines. The Information Society [Internett] 20(5), s. 325-344. DOI: 10.1080/01972240490507974

Ferree, M. M., Gamson, W.A., Gerhards, J., og Rucht, D. (2002) Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies. Theory and Society [Internett] 31(3), s. 289-324. DOI: 10.1023/A:1016284431021

Fletcher, R. og Nielsen, K. R. (2017) Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. New Media and Society [Internett] s. 1-19. SAGE Publications. DOI: 10.1177/146144481724170

Gentikow, B., (2005) . *Hvordan utforsker man medieerfaringer?: Kvalitativ metode Rev. utg.*, Kristiansand: IJ-forl.

Grønmo, S. (2016) *Samfunnsvitenskapelige metoder*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

Helgerud, A. (2017) Sjeldenkonsumenter av nyheter: Holdning til nyhetsmedier, medborgerskap og forklaringer på sjeldenkonsum blant unge voksne. Norsk medietidsskrift, [Internett] 24(2), s. 1-19. Universitetsforlaget. DOI: 10.18261/ISSN.0805-9535-2017-02-04

Höijer, B. (2004) The Discourse of Global Compassion: The Audience and Media Reporting of Human Suffering. *Media, culture & society* [Internett] 26(4), s. 513-531. SAGE Publications. DOI: 10.1177/0163443704044215

Johannessen, L.E.F., Rafoss, T.W., Rasmussen, E.B (2018) *Hvordan bruke teori? Nyttige verktøy i kvalitativ analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.

Katz, E. og Lazarsfeld, F., P. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: The Free Press.

Kormelink, T. G. (2020) *Seeing, thinking, feeling: A Critical Reflection on Interview-based Methods for Studying News Use*. [Internett] (21), s. 863-878. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1716829

Kormelink, T. G. og Meijer, I. C. (2017) What clicks actually mean: Exploring digital news user practices. *Journalism*. 19(5) [Internett] s. 1-16, DOI: 10.1177/1464884916688290

Ksiazek, T. B., Malthouse, E. C., og 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) [Internett] s. 551-568. DOI: 10.1080/08838151.2010.519808

Kvale, S. (1997) *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Kvale, S. og Brinkmann, S. (2015) *Det kvalitative forskningsintervju*. 3. utg., Oslo: Gyldendal akademisk.

Lazarsfeld, P., Berelson, B., og Gaudet, H. (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign* 3. Utg. New-York: Columbia University Press.

Meijer, C. I. (2007) THE PARADOX OF POPULARITY: How young people experience the news, *Journalism Studies*, 8(1) [Internett] s. 96-116, DOI: 10.1080/14616700601056874

Meijer, C. I og Kormelink T. G. (2015) Checking, sharing, clicking and linking: Changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism* 3(5) [Internett] s. 664-679, DOI: 10.1080/21670811.2014.937149

Meikele, G. (2016) *Social Media. Communication, sharing and visibility*. Taylor & Francis Group, Routledge.

Moe, H. (2020) Distributed Readiness Citizenship: A Realistic, Normative Concept for Citizens' Public Connection. *Communication theory* 30(2) [Internett] s. 205-225. DOI: 10.1093/CT/QTZ016

Moe, H. (2019) *Informerte borgere? Offentlig tilknytning, mediebruk og demokrati*. Oslo: Universitetsforlaget.

Moe, A. og Kleiven, H., H. (2016) *Bruksmangfold: En analyse av nordmenns nyhetskonsument*. TFoU-rapport 2016:7.

Negroponte, Nicholas (1955) *Being digital*. London: Hodder and Stoughton.

Newman, N. m.fl. (2020) Reuters Institute Digital News Report. [Internett] University of Oxford. Tilgjengelig fra: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf) (Lest: 26.04.21)

Omarhaug, E. H. (2016) Hva vet vi om unge og kvinners nyhetskonsument i dag? En metastudie om nyhetskonsument og nyhetsavvik basert på kjønn og alder. [Internett] Trondheim: NTNU  
Tilgjengelig fra:  
[https://www.regjeringen.no/contentassets/9cadd4118d947ad801c10007e67aebe/hva\\_vet\\_vi\\_om\\_unge\\_og\\_kvinners\\_nyhetskonsument\\_i\\_dag.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/9cadd4118d947ad801c10007e67aebe/hva_vet_vi_om_unge_og_kvinners_nyhetskonsument_i_dag.pdf) (Lest 04.02.21)

Prior, M. (2005) News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*. 49(3) [Internett] s. 577-592. Princeton University: Midwest Political Science Association. DOI: 10.2307/3647733

Potts, R. og Sanchez, D. (1994) Television Viewing and Depression: No News Is Good News. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38(1) [Internett] s. 79-90. DOI: 10.1080/08838159409364247

Schrøder, K. C. (2015) News Media Old and New, *Journalism Studies*, 16(1) [Internett] s. 60-78. DOI: 10.1080/1461670X.2014.890332

Schudson, M. (1998) *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. New York: Free Press.

Schudson, M. (2000) Good Citizens and bad history: Today's political ideals in historical perspective. *The Communication Review* [Internett] 4(1) s. 1-19. Taylor & Francis Social Science and Humanities Library. DOI: 10.1080/10714420009359458

Shehata, A. (2016) News Habits Among Adolescents: The influence of Family Communication on Adolescent' News Media Use – Evidence From a Three-Wave Panel Study, *Mass Communication and Society*, 19(6) [Internett] s. 758-781, DOI: 10.1080/15205436.2016.1199705

Skilbrei, M. (2019) *Kvalitative metoder: Planlegging, gjennomføring og etisk refleksjon*. Bergen: Fagbokforlaget.

Skovsgaard, M. og Andersen, K. (2020) Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. 21(4) [Internett] DOI: 10.1080/1461670X.2019.1686410

Slette-meås, D. og Kjørstad, I. (2016) *Nyheter i en digitalisert hverdag: En landsdekkende undersøkelse av ungdom og unge voksnes mediarelaterte praksiser og nyhetskonsumenter via smarttelefon, sosiale medier og nyhetsaggregatorer*.

Song, H., J. Jung og Y. Kim. (2017) Perceived News Overload and Its Cognitive and Attitudinal Consequences for News Usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94(4) [Internett] s. 1172-1190. DOI: 10.1177/1077699016679975

Soroka, S., Gidenil, E., Fournier, P. og Nir, L (2016) Do Women and Men Respond Differently to Negative News? *Politics & Gender*. Cambridge University Press, [Internett] 12(2), s. 344-368. DOI: 10.1017/S1743923X16000131

Strömbäck, J. (2005) In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies* [Internett] 6(3), s. 331-345. DOI: 10.1080/14616700500131950

Tammi, R. (2016) Engaging with media in the fragmented media environment [Doktoravhandling]. Helsinki: Aalto University.

Thagaard, T. (2009) *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode* 3. utg., Bergen: Fagbokforlaget.

Thorson, K. og Wells, C. (2016) Curated flows: A framework of mapping media exposure in the digital age. *Communication Theory* [Internett] 26(3) International Communication Association. 309-328. DOI: 10.1111/COMT.12087T

Toff, B. og Nielsen, R. (2018) I Just Google It: Folk Theories of Distributed Discovery. *Journal of Communication* [Internett] 00, s. 1-22. Oxford: University Press. DOI: 10.1093/JOC/JQY009

Toff, B. og Palmer, A. R. (2019) Explaining the Gender Gap in News Avoidance: “News-Is-for-Men” Perceptions and the Burdens of Caretaking. *Journalism studies*. 20(11) s. 1563-1579. DOI: 10.1080/1461670X.2018.1528882

Trilling, D. og Schoenbach, K. (2013) Skipping current affairs: the non-users of online and offline news. *European journal of communication*. 28(1) s. 35-51. DOI: 10.1177/0267323112453671

Van den Bulck, J. (2006) Television News Avoidance: Exploratory Results From a One-Year Follow-Up Study. *Journal of a broadcasting & electronic media* 50(2) [Internett] s. 231-252. DOI: 10.1207/s15506878JOBEM5002\_4

Wadbring, I. (2016) Om dem som tar del av nyheter i lägre utsträckning än andra. (SOU 2016:30). Stockholm: Kulturdepartementet.

Wollebæk, D., og Selle, P. (2003) Participation and Social Capital Formation: Norway in a Comparative Perspective. *Scandinavian Political Studies*, 26(1) [Internett] s. 67-91. DOI: 10.1111/1467-9477.00080

Woodstock, L. (2014) The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism* 15(7) [Internett] s. 834-849. DOI: 10.1177/1464884913504260

Ytre-Arne, B. og Moe, H. (2018) Approximately Informed, Occasionally Monitorial? Reconsidering Normative Citizen Ideals. *The International Journal of Press/Politics*. 23(2) [Internett] s. 227, s. 246. DOI: 10.1177/1940161218771903

Zaller, J. (2003) A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *Political Communication* 20(2) [Internett] s. 109-130. DOI: 10.1080/10584600390211136

Zerba, A. (2011) Young Adults' Reasons behind Avoidances of Daily Print Newspapers and Their Ideas for Change. *Journalism & mass communication quarterly* 88(3) [Internett] s. 597-614. DOI: 10.1177/107769901108800308

Ørmen, J. (2016) Are you paying attention? Keeping up with news in daily life: I: Mortensen, M og Ørmen, J. (red). *News Across Media: Production, Distribution and Consumption*. London: Routledge, s. 162-179.

Østbye, H. m.fl. (2013). *Metodebok for mediefag* 4. utg., Bergen: Fagbokforlaget.



## **Vedlegg 1: Rekrutteringstekst til Facebook**

### **Bruker du sosiale medier til å lese nyheter?**

Da vil jeg gjerne intervju deg i forbindelse med min masteroppgave i medier og kommunikasjon. Jeg ser etter kvinner i alderen 18- 30 år som sjelden oppsøker nyheter fra aviser, radio, tv og heller leser nyheter på sosiale medier. Dersom du kjenner deg igjen i dette, blir jeg veldig glad om du tar kontakt enten på messenger eller på mail: [qac006@uib.no](mailto:qac006@uib.no)

Mvh,

Martine

## **Vedlegg 2: Samtykkeskjema**

**Forespørsel om å delta i forskningsprosjekt:** *studie av kvinners sjeldenbruk av tradisjonelle nyhetsmedier og bruken av sosiale medier som alternativ nyhetskilde.*

### **Formål**

Formålet med studien er å undersøke hvordan kvinner i alderen 18-30 år bruker sosiale medier som nyhetskilde i stedet for å oppsøke tradisjonelle nyhetsmedier. Tidligere forskning på dette temaet viser at kvinner er mindre interessert i å følge med på nyheter enn menn. I denne studien vil det bli undersøkt hvilke assosiasjoner kvinner som unngår tradisjonelle nyhetsmedier har til begrepet nyheter i seg selv, deres forhold til nyheter, samt hvordan de eksponeres for nyheter gjennom sosiale medier i hverdagen.

Studien er tilknyttet en masteroppgave ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Studien er basert på individuelle ansikt-til-ansikt intervju med omtrent 15 personer. Disse vil bli gjennomført digitalt på zoom som følge av smitterestriksjoner knyttet til Covid-19. Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du stiller til intervju som vil ta omtrent 1 time å gjennomføre. Du vil også kunne bli kontaktet i ettertid for oppfølgingsspørsmål. Det vil bli gjort lydopptak av intervjuene.

### **Personvern – hvordan behandler vi opplysninger om deg?**

Informasjonen som kommer frem under intervjuet vil bare bli nyttet til formålet som er skildret i dette skjema. Det er kun forsker som vil ha tilgang til intervjuene og all informasjon vil behandles konfidensielt. Intervjuene vil bli transkriberte og lydfilene vil bli slettet. Direkte identifiserende informasjon i intervjuet vil bli anonymisert og/eller fjernet ved transkribering. Prosjektet skal etter planen avsluttes 30.06.2021, og alt av innsamlet materiale vil da bli slettet.

Studien er meldt inn til RETTE, UiB sitt system for oversikt og kontroll med behandling av personopplysninger i forsknings- og studentprosjekter.

### **Frivillig deltakelse**

Det er frivillig å delta i studien. Dersom du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke uten å oppgi grunngeving.

### **Kontaktinformasjon**

Dersom du har spørsmål knyttet til prosjektet, kan du ta kontakt med Martine Håland på tlf. 94886845 eller qac006@uib.no. Veileder for masterprosjektet er professor Brita Ytre-Arne ved Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen.

### **Samtykke til deltakelse i studien**

Jeg bekrefter å ha mottatt og forstått informasjon om prosjektet, og har fått anledning til å stille spørsmål knyttet til dette. Jeg samtykker til delta som informant i studien. Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles fram til prosjektet avsluttes våren 2021.

.....  
(Signert av informant, dato)

## **Vedlegg 3: Intervjuguide**

### **Generell informasjon**

I sammenheng med min masteroppgave i medier og kommunikasjon ønsker jeg å undersøke kvinners nyhetsbruk, mer spesifikt ønsker jeg å undersøke årsaker til at enkelte kvinner sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, hvordan de nytter sosiale medier som alternativ nyhetskilde, samt hvordan denne nyhetsbruken henger sammen med deres samfunnsengasjement.

I dette intervjuet vil vi gå i dybden på tema knyttet til din nyhetsbruk. Jeg ønsker å finne ut hvilke årsaker som ligger til grunn for at du sjeldent oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, hvordan du bruker sosiale medier som informasjon og nyhetskilde i hverdagen, samt hvilket tanker du har knyttet til nyhetsbruk og eget samfunnsengasjement. Det er viktig at du snakker så åpent og fritt rundt spørsmålene som mulig. I denne undersøkelsen er jeg kun interessert i å bli kjent med deg og dine tanker knyttet til nyhetsbruk, derfor er det viktig å huske på at ingen svar er feil eller dumme, det er du selv som er fasiten.

Det vil bli gjort opptak av intervjuet, noe du har samtykket til etter å ha lest og signert samtykkeskjema. All informasjon som kommer frem i dette intervjuet vil bli behandlet konfidensielt og slettet ved prosjektslutt. Navnet ditt og gjenkjennbar informasjon om deg vil bli anonymisert i selve publikasjonen. Husk også at det er frivillig å delta i undersøkelsen og at du når som helst kan trekke deg fra undersøkelsen uten å oppgi forklaring på dette.

### **Kan du fortelle litt om deg selv?**

- Hvor gammel er du?
- Hvor er du fra?
- Studerer du eller har du utdanning?
  - Hva studerer du, hvor lenge har du studert dette?
  - Hvilken utdanning har du, når tok du denne?
- Dersom du jobber, hva jobber du med?
- Hvordan er bosituasjonen din?
  - Bor du sammen med noen?
  - Hva gjør de du bor sammen med (studie, jobb)?
- Kan du fortelle litt om hva du gjør på fritiden?
  - Hvilke hobbyer/interesser har du?
  - Er du medlem i organisasjoner/lag, isåfall hvilke?

### **Tema 1: Forhold til tradisjonelle nyhetsmedier**

- I hvilken grad vil du si at du interesserer deg for nyheter presentert av tradisjonelle nyhetsmedier?
- Du nevnte at du sjelden oppsøker tradisjonelle nyhetsmedier, kan du fortelle litt mer om dette?
- Hva er det med tradisjonelle nyhetsmedier som gjør til at du ikke oppsøker de?
- Kan du huske sist du oppsøkte en tradisjonell nyhetskilde?
  - Hvorfor gjorde du dette?
  - Hvilken sak var du interessert i?
- Hva synes du om formatet tradisjonelle nyhetsmedier presenterer nyhetsinnhold i?
- Hvordan vil du beskrive tilliten din til tradisjonelle nyhetskilder?

### **Tema 2: Sosiale medier som kilder til nyheter**

- Kan du fortelle litt om hvordan du bruker sosiale medier i hverdagen din?
  - Poster du mye på sosiale medier selv? I så tilfelle hvilken type innlegg poster du?
- Hvilke sosiale medier bruker du regelmessig og hva bruker du de til?
- Hvor mye tid bruker du på sosiale medier i gjennomsnitt en uke (se skjermtid)?

- Hvordan vil du beskrive din egen bruk av sosiale medier sammenlignet med venner/familie?
- Hvilke tanker har du om å bli eksponert for nyheter på sosiale medier?
- Hvilke sosiale medier opplever du å bli eksponert for nyheter fra?
- Dersom du følger nyhetsaktører på sosiale medier, kan du fortelle litt om hvilke du følger og hvorfor du følger disse?
- Hvilke nyhetssaker/tema liker du å se/lese/høre om?
  - Hvorfor tror du at dette interesserer akkurat deg?
- Hvilke nyhetssaker/tema liker du ikke å se/lese/høre om?
  - Hvorfor tror du at dette ikke interesserer deg?
- Hva liker du best med måten sosiale medier presenterer nyheter på?
- Har du mer tillit til nyheter som blir presentert på sosiale medier enn i tradisjonelle nyhetsmedier?
- Har du venner/familie som deler nyhetssaker på sosiale medier?
- Hvilke tanker har du om nyhetssaker som blir delt av familie/venner?
- Hvordan interagerer du med nyhetsinnhold som blir delt av venner/familie?
- Kan du fortelle litt om interessen for nyhetsinnhold som blir delt av venner/familie?
  - Blir nyhetsinnholdet mer eller mindre interessant?
  - Hva er det som gjør det mer eller mindre interessant?
- Har du mer eller mindre tillitt til nyheter som blir delt av familie/venner?

### **TEMA 3: Interesser – think aloud**

*Kan du velge deg et sosialt medium som du vanligvis bruker, og gå inn på dette med smarttelefonen din.*

- Kan du fortelle litt om hvilken type innhold du liker å se/lese/høre om på sosiale medier?
- Hvilken type innhold liker du ikke å se/lese/høre om på sosiale medier?
- Hvilken type innhold (av det du scroller gjennom nå) vil du si har nyhetsverdi for deg?
  - Hvilke poster synes du virker interessante?
  - Hvilke poster synes du virker lite interessante?

#### **TEMA 4: Samfunnsengasjement**

- Hvor viktig vil du si at det er for deg å snakke om det som skjer i samfunnet med andre?
  - Hvem er det i så tilfelle relevant for deg å snakke med dette om?
- I hvilken grad opplever du å få informasjonen du trenger for å kunne gjøre deg opp egne meninger om hva som foregår i samfunnet?
- Hvilken rolle spiller tradisjonelle nyhetsmedier, sosiale medier, familie, kollegaer, venner for hvilken informasjon du får?
- Hvilken rolle spiller tradisjonelle nyhetsmedier, sosiale medier, familie, kollegaer, venner for hvilke meninger du har om samfunnsaktuelle tema?
- Hvordan vil du beskrive din interesse for politiske tema/saker?
  - Hvilke tema/saker interesserer deg og hvorfor?
- Du trenger ikke å fortelle hvilket parti du stemmer på, men kan du fortelle meg om du stemmer ved kommunevalg og stortingsvalg?
  - Hvorfor tenker du det er viktig å stemme?
  - Hvorfor tenker du at det ikke er viktig for deg å stemme?
- Hva er det som avgjør hvilket parti du stemmer på?
  - Hvilken rolle spiller nyhetsmedier for hvilket politisk parti du stemmer på?
  - Hvilken rolle spiller familie, venner og kollegaer?
- Hvilke ord vil du assosiere med ordet nyheter?
- Kan du tenke deg noen utfordringer med å bruke sosiale medier som kilde til nyheter?
  - I så tilfelle hvilke utfordringer?
  - Dersom ikke, hvorfor ikke?
- Hvor viktig vil du si at nyheter er for oss i et demokratisk samfunn?
  - Hvorfor tenker du at det er viktig å følge med på nyheter?
  - Hvorfor tenker du at det ikke er viktig å følge med på nyheter?
- Kan du fortelle litt om hvilke tanker du har om egen nyhetsbruk?
  - Ok, god, dårlig, kunne vært bedre?
  - Kan du fortelle litt om hvorfor du har disse tankene om egen nyhetsbruk?

#### **Avslutning**

- Er det noe du ønsker å legge til ut ifra de temaene som vi har snakket om?

# Vedlegg 4: RETTE-skjema

RETTE Dine prosjekter Brukerveiledning
 

 Norwegian (bokmål) Martine Håland

Dine prosjekter / (5547) kvinnelige sjeldenbru...
Oppdatert 09-06-2021, 09:06:19

Prosjektinformasjon

1. Personopplysninger
2. Særlige kategorier
3. Utvalg
4. Tredjepersoner
5. Deltakere
6. Rettslig grunnlag
7. Behandling
8. Sikkerhet
9. Varighet
10. Oppsummering

---

Nåværende status

**Status** Bekreftet av prosjektansvarlig  
**Opprettet av** Brita Ytre-Arne  
**Oppdatert** 2020-09-02 11:57:28  
[Endre status](#)

---

Kontaktinformasjon

**Opprettet av** Martine Håland  
**Prosjektansvarlig** Brita Ytre-Arne  
**Ansvarlig enhet** Institutt for informasjons- og medievitenskap  
**Operativt ansvarlige** Espen Dahle

**Prosjektet er låst for endringer**

Det er ikke mulig å endre dette prosjektet nå på grunn av prosjektets nåværende status. Dersom du har behov for å utføre endringer kan du klikke på knappen under for å gå videre.

Du er i ferd med å redigere skjema etter at det er sendt inn og registrert. Hvis du velger å redigere nå, settes prosjektstatus tilbake til "Registrering pågår". Vær oppmerksom på at vesentlige endringer kan ha personvernmessig betydning. Dette kan medføre behov for nye vurderinger.

[Lås opp](#)

Prosjekt

<b>Id</b>	5547
<b>Navn</b>	Kvinnelige sjeldenbrukere av ryheter (Masterprosjekt Martine Håland)
<b>Opprettet av</b>	Martine Håland
<b>Prosjektansvarlig</b>	Brita Ytre-Arne
<b>Ansvarlig enhet</b>	Institutt for informasjons- og medievitenskap

Nåværende status

<b>Status</b>	Bekreftet av prosjektansvarlig
<b>Kommentar</b>	Denne statusen er automatisk satt av systemet.
<b>Opprettet av</b>	Brita Ytre-Arne
<b>Oppdatert</b>	2020-09-02 11:57:28

Statushistorikk

Status	Kommentar	Opprettet av	Opprettet	Oppdatert
Bekreftet av prosjektansvarlig	Denne statusen er automatisk satt av systemet.	Brita Ytre-Arne	02-09-2020	02-09-2020
Registrert	Denne statusen er automatisk satt av systemet.	Brita Ytre-Arne	02-09-2020	02-09-2020
Registrering pågår	Denne statusen er automatisk satt av systemet.	System User	28-08-2020	28-08-2020