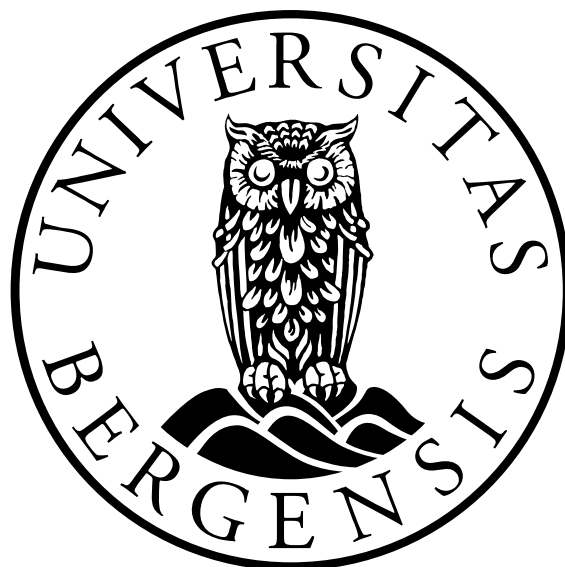


Hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne?

En kvalitativ analyse av unge voksnes bruk av nyhetspodkaster

Simen Peder Aksnes Aarli



Masteroppgave i medier- og kommunikasjon

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Våren 2021

Forord

Det siste året har vært langt, men har gått fort. Først og fremst har året vært interessant, givende og engasjerende.

Det har også vært utfordrende, spesielt med tanke på de spesielle omstendighetene vi alle har levd under det siste året. Fremfor alt har arbeidet med masteroppgaven, fra idémyldring til planlegging, datainnsamling, analyse og skriveprosess vært en unik opplevelse som har gitt mersmak på å jobbe med medieforskning.

Takk til veileder Hallvard Moe for hans konstruktive tilbakemeldinger underveis, som har ledet meg i riktig retning når jeg har vært ute av kurs. Jeg vil også takke forskningsgruppen ved instituttet for inspirerende samtaler og nyttige tips underveis i prosessen.

Takk til Fritt Ord for stipend.

Og sist, men ikke minst, takk til venner og familie som har måttet høre på mye engasjert prat om nyhetspodkaster, nyhetsrepertoarer og unge voksnes hverdagsliv.

Simen Peder Aksnes Aarli

Bergen, 14. juni 2021

Sammendrag

Unge voksne er aldersgruppen som konsumerer minst harde nyheter. Samtidig er dette aldersgruppen som i størst grad lytter til podkaster, også hvis det handler om nyheter eller politikk. De siste årene har norske mediehus lansert nyhetspodkaster for å nå ut til en yngre målgruppe, og lyttertallene har økt betraktelig. Det eksisterer imidlertid lite forskning på hvordan unge voksne tar i bruk podkast som en kilde til nyheter. Denne kvalitative studien undersøker (1) hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes hverdagsliv, og (2) hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoarene til unge voksne. Med utgangspunkt i semistrukturerte intervjuer, spørreskjema og mediedagbøker undersøkes hvordan elleve informanter i alderen 21-29 bruker nyhetspodkaster i hverdagslivet og i lys av andre nyhetsmedier de benytter seg av. Funnene viser at nyhetspodkastene har fått en unik plass og funksjon i unge voksnes hverdag og nyhetsdiett. Hovedfunnene er at unge voksne bruker nyhetspodkaster som en beleilig, effektiv, engasjerende og til dels underholdende vei til nyheter, som med letthet kan integreres i praktisk hverdagslogistikk og gir dem følelsen av å utnytte tid i hverdagen mer produktivt. Funnene viser også at nyhetspodkastene utfyller andre nyhetsmediers funksjoner. Der nettaviser gir unge voksne oversikt over nyhetsbildet, fyller nyhetspodkaster ut bildet for dem.

Forord	ii
Sammendrag	iii
Kapittel 1 – Innledning	1
1.1 Forskningsspørsmål og problemstilling.....	2
1.2 Oppgavens struktur.....	4
Kapittel 2 – Bakgrunn.....	6
2.1 Hva er en podkast?	6
2.1.1 Podkastmediets historie	7
2.1.2 Selvstendig massemedium eller forlengelse av radioen?	9
2.2 Nyhetspodkaster	12
2.2.1 Underkategorier av nyhetspodkaster	13
Kapittel 3 – Tidligere forskning og teoretiske perspektiver.....	15
3.1 Tidligere forskning på podkastbruk.....	15
3.1.1 Podkastbruk er forsket lite på, og veldig generelt	16
3.1.2 Den skreddersydde lytteropplevelsen	17
3.1.3 Multitasking	18
3.1.4 Det sosiale aspektet.....	20
3.2 Digitale bruksmønstre for nyheter	21
3.2.1 Nyhetsbruk i kontekst av hverdagslivet.....	22
3.2.2 En repertoarbasert tilnærming til tverrmedial nyhetsbruk.....	23
3.2.3 Nyhetsrepertoarer som variant av medierepertoarer.....	24
3.2.4 Lytting til nyhetspodkaster som brukspraksis	26
3.2.5 Brukspraksiser for nyheter.....	27
Kapittel 4 – Metode	29
4.1 Eksplorativ fremgangsmåte	29
4.2 Valg av metoder.....	30
4.2.1 Mediedagbok	31
4.2.2 Spørreskjemaundersøkelse.....	32
4.2.3 Kvalitativt forskningsintervju	33
4.3 Gjennomføring av pilotstudie.....	35
4.4 Rekruttering av informanter	37
4.5 Utvalg	38
4.7 Transkripsjon og analyse	39

4.8 Etiske vurderinger.....	40
4.9 Metodiske refleksjoner	41
Kapittel 5 – Hvordan inngår nyhetspodkaster i unge voksnes hverdagsliv?.....	43
5.1 «Jeg får fylt tid som ellers blir bortkastet»	43
5.2 Podkaster er en beleilig, effektiv og engasjerende vei til nyheter	48
5.2.1 Beleilig og effektiv vei til nyheter	48
5.2.2 Underholdende og engasjerende vei til nyheter.....	51
5.3 Vaner for lytting til nyhetspodkaster	54
5.3.1 Sporadiske og kontekstspesifikke lyttervaner.....	54
5.3.2 Oversikt over kontekster og situasjoner informantene lytter i.....	55
5.3.3 Lytting til nyhetspodkaster i hjemmet	56
5.3.4 Lytting til nyhetspodkaster på farten	60
5.4 Faktorer som påvirker om de lytter til nyhetspodkaster eller ikke i en gitt kontekst	61
5.5 Oppsummering	63
Kapittel 6 – Hvordan inngår nyhetspodkaster i unge voksnes nyhetsrepertoarer?	65
6.1 To ulike nyhetsrepertoarer, to ulike måter å bruke nyhetspodkaster på.....	65
6.1.1 Nyhetspodkaster som hovedkilde til nyheter.....	66
6.1.1.2 Funksjonell komplementaritet: <i>Sjekker</i> nettavisene for å få oversikt over nyhetsbildet, <i>lytter</i> til nyhetspodkaster for å få dybdekunnskap om nyhetssaker ...	67
6.1.1.2 Grad av selektivitet: Fordyper seg i ekstraordinære hendelser, lytter til alle episodene av flere nyhetspodkaster	68
6.1.1.3 Grad av integrasjon i hverdagslivet: Sjekker nettaviser i hverdagens avbrekk, lytter om morgenen.....	69
6.1.2 Nyhetspodkaster som supplement til hyppig sjekking av nettaviser	70
6.1.2.1 Funksjonell komplementaritet: Får oversikt og dybde fra nettaviser, supplerer med nyhetspodkaster for å sette seg inn i en sak eller en tematikk	70
6.1.2.2 Grad av selektivitet: <i>Leser</i> et selektivt utvalg av saker i nettaviser, <i>lytter</i> til et selektivt utvalg av episoder.....	72
6.1.2.3 Grad av integrasjon i hverdagen	72
6.1.3 Lytting til nyhetspodkaster komplementerer sjekking av nettaviser	74
6.2 Nyhetspodkastenes funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer.....	76
6.2.1 <i>Sjekker</i> og <i>skanner</i> nettaviser kontinuerlig, <i>leser</i> hvis det skjer noe viktig eller av interesse	77

6.2.2 Nettaviser gir oversikt over nyhetsbildet, nyhetspodkastene fyller ut detaljene ...	79
6.3 Oppsummering	83
Konklusjon	85
Videre forskning	88
Referanseliste	89
Vedlegg	95
Vedlegg 1: Mediedagbok.....	95
Vedlegg 2: Spørreskjemaundersøkelse.....	96
Vedlegg 3: Intervjuguide	109
Vedlegg 4: Samtykkeerlæring	111

Kapittel 1 – Innledning

Unge voksne velger oftere andre veier til nyheter enn andre aldersgrupper (Moe og Bjørgan, 2019, s. 16). Samtidig konkluderer en rapport om bruksmangfold at unges konsum av harde nyheter er overfladisk (Moe og Kleiven, 2016, s. 70), noe det kan være flere årsaker til. Én teori vektlegger livsfase, og antar at nyhetsbruken vil øke med alderen. En annen teori betrakter det overfladiske nyhetskonsumentet som et trekk ved generasjonen. Man tar utgangspunkt i at dagens unge voksne er digitalt oppvokste, som i større grad har forholdt seg til internett og digital teknologi i oppveksten enn tidligere generasjoner. Dermed har de andre forventninger til mediene de bruker. Det som opplyser, skal også engasjere, være beleilig og effektivt i bruk. En annen rapport konkluderer med at yngre brukere forventer at mediene skal tilpasse seg dem og deres vaner, ikke motsatt (Galan et al., 2019). Samtidig som unge voksne bruker mindre tid på harde nyheter, er dette aldersgruppen som lytter mest til podkaster, selv hvis podkasten handler om nyheter og politikk (Moe og Bjørgan, 2019, s. 20).

Podkast har de siste årene blitt et populært medium. Lyttertallene har økt og utvalget av podkaster har blitt større. Flere podkaster av høy produksjonskvalitet har sett dagens lys, og nye formater og sjangre for lydinnhold har blitt til. Nyhetspodkaster har blitt en del av mediehusenes strategi for å tiltrekke seg nye abonnenter og forsterke relasjonen til eksisterende brukere. Satsingen kommer i en tid hvor de etablerte medieaktørene, både avishus og kringkasterne, opplever stor konkurranse fra globale medieaktører, spesielt om de yngre brukerne. Det er tydelig at nyhetspodkaster appellerer til et yngre publikum når tre fjerdedeler av lytterne til Aftenpostens *Forklart* er mellom 18 og 35 år (Andersen, 2019, s. 84), og en femtedel av de under 35 år oppgir at de hørte på en podkast om nyheter, politikk og internasjonale hendelser sist måned (Moe og Bjørgan, 2020). Lyttertallene til nyhetspodkastene er fremdeles beskjedne sammenliknet med opplagstallene for aviser, men dersom episodene sammenlignes med enkeltartikler blir bildet annerledes. Dersom en episode av nyhetspodkasten *Forklart* får 45 000 lyttere, konkurrerer den om å være Aftenpostens mest leste artikkel (Andersen, 2019, s. 84).

Til tross for populariteten, vet vi fortsatt lite om hvordan nyhetspodkaster brukes. Det meste vi vet er knyttet til rapporter, statistikk og publikumsstudier av podkastbruk generelt. Podtoppen forteller oss at nyhetspodkasten *Oppdatert* er Norges fjerde mest lyttede norske podkast (Kantar, 2021). Den Store Podrapporten finner at den femte viktigste motivasjonen for å lytte

til podkast er for å holde seg oppdatert (Norstat, 2020). Tidligere forskning peker på viktige aspekter ved podkastbruken som muligheten til å skreddersy lytteropplevelsen, multitasking og ulike sosiale dimensjoner ved lyttingen. Det er derimot mindre forskning rettet mot lytting til podkast som en form for nyhetsbruk. Vi vet lite om et viktig og aktuelt nyhetsmedium som oftere brukes av unge voksne enn andre aldersgrupper. Det er generelt lite forskning på feltet, og fravær av undersøkelser om norske forhold. Statistikken sier mye om hvem som lytter og hvilke motivasjoner brukerne har for å lytte til podkaster, men sier mindre om hvordan podkastene brukes som en kilde til nyheter, og hvordan det inngår i hverdagslivet deres. Forskning på hvordan nyhetspodkaster brukes av unge voksne kan derfor gi verdifull innsikt i hvordan en aldersgruppe som bransjen opplever som stadig vanskeligere å treffe, bruker nyhetsmediet som er rettet mot dem. Hvordan bruker de nyhetspodkaster som en kilde til nyheter? Hvordan inngår nyhetspodkaster i nyhetsdietten deres? Og hvordan integrerer de podkastene i hverdagslivet? Hvis nyhetspodkaster gjør det lettere for folk å konsumere nyheter, er dette viktige spørsmål å besvare.

1.1 Forskningsspørsmål og problemstilling

I denne oppgaven undersøker jeg hvordan unge voksne bruker nyhetspodkaster. Formålet med oppgaven er å belyse hvordan et relativt nytt nyhetsmedium tas i bruk av en aldersgruppe det virker særlig relevant for. Problemstillingen for oppgaven er derfor «Hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne?». Oppgavens problemstilling besvares gjennom forskningsspørsmålene (1) hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne? og (2) hvordan inngår nyhetspodkaster i nyhetsrepertoarene til unge voksne?

Forskingsspørsmål 1

Hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne?

Det vi gjør på daglig basis påvirker omgangen vår med mediene. I en travel hverdag kan det være vanskelig å sette av tid til nyheter, og behovet for mobilitet og effektive mediebrukspraksiser blir viktigere. Samtidig knytter mediene oss sammen og informerer oss om hendelser som skjer utenfor vår egen private sfære. Måten vi bruker mediene er tett knyttet til livene vi lever og hvordan hverdagen vår er strukturert, som gjør hverdagslivet til en viktig arena for etableringen av praksiser og vaner til mediene vi bruker. Av den grunn gjør jeg en systematisk undersøkelse av hvordan informantene beskriver kvaliteter ved podkastmediet

generelt, og nyhetspodkastene spesielt, som gjør at de integrerer dem i hverdagen sin. Jeg undersøker hvordan lyttingen inngår som del av hverdagslige rutiner, og hvilke kontekster de lytter til nyhetspodkaster i. Samtidig undersøker jeg hvilke situasjoner de foretrekker å lytte i, hvilke vaner de har knyttet til nyhetspodkastene og hvordan lyttingen henger sammen med gjøremål og aktiviteter i hverdagen deres.

Forskningsspørsmål 2

Hvordan inngår nyhetspodkaster i nyhetsrepertoaret til unge voksne?

Dagens nyhetsbrukere er tverrmediale. Nyhetsbruk skjer på tvers av medier, plattformer, teknologier, tjenester og innholdstyper. For å gjøre det enklere å navigere i mangfoldet av ulike kilder til nyheter, må mediebrukere nødvendigvis gjøre et utvalg av hvilke medier de skal bruke, og hvilke de ikke skal bruke. Disse valgene inngår som del av en lang rekke beslutninger om mediebruk i løpet av en dag. Mediene vi velger å bruke med jevne mellomrom, har vi på *repertoaret*. De ulike nyhetsmediene vi tar i bruk, har ulike funksjoner i repertoaret vårt, og påvirker hvordan vi setter sammen og strukturerer repertoarene våre. Enten det er nettavisers kjappe oversikt eller NRK *Dagsrevyens* sammenfatning av dagens viktigste nyhetssaker, kombineres ulike nyhetsmedier på en meningsfylt måte som tilfredsstillende behovet for informasjon og avledning. Siden nyhetspodkast bare er en vei til nyheter, tar jeg utgangspunkt i at vi best kan forstå bruken gjennom en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk. Dermed undersøker jeg hvordan nyhetspodkaster brukes, ved å systematisk analysere hvordan det plasserer seg i nyhetsdietten til unge voksne. Hensikten er å forstå hvilken funksjon nyhetspodkastene har i nyhetsrepertoaret deres, og hvilke medier de kombinerer det med. Jeg undersøker hvordan nyhetsbruken komplementerer andre former for nyhetsbruk, og hvordan det skiller seg fra dem. På denne måten undersøker jeg nyhetspodkastene i lys av og i sammenheng med hvordan de får nyheter på andre måter, for å forstå lytting til nyhetspodkaster som en distinkt praksis for nyhetsbruk.

For å analysere hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet og nyhetsrepertoaret til unge voksne har jeg samlet inn datamateriale fra mediedagbøker, spørreskjemaundersøkelse og dybdeintervju. Ved hjelp av mediedagbøker har jeg kartlagt podkastbruken til elleve informanter i alderen 21-29 år over en periode på en uke. Gjennom spørreskjemaundersøkelsen samlet jeg inn data om nyhetsrepertoarene deres. I dybdeintervjuene fikk de selv beskrive hvordan de opplever bruk av nyhetspodkaster, og hvordan det inngår i nyhetsrepertoaret deres.

1.2 Oppgavens struktur

I kapittel to definerer jeg «podkast», før jeg gjennomgår podkastmediets korte historie. Deretter argumenterer jeg for at nyhetspodkaster kan regnes som et selvstendig massemedium heller enn en forlengelse av radiomediet. Avslutningsvis presenterer jeg nyhetspodkast som sjanger og kjennetegn ved ulike underkategorier av nyhetspodkaster.

Kapittel tre består av oppgavens teoretiske perspektiver og er delt i to hoveddeler. Den første delen består av tidligere forskning på podkastbruk, og er utgangspunktet for analysen i kapittel fem, hvor jeg undersøker hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne. Deretter gjennomgår jeg hovedtrekkene i digitale bruksmønstre for nyheter og hvilke implikasjoner nye nyhetsvaner har for hvordan bruk av nyhetspodkaster bør undersøkes i lys av hverdagslivet, men også som nyhetsmedium. Med utgangspunkt i at nyhetsbruk best kan forstås gjennom et helhetlig og relasjonelt perspektiv, presenterer jeg nyhetsrepertoarer som analytisk tilnærming til analysen i kapittel seks. Avslutningsvis argumenterer jeg for at vi best kan forstå lytting til nyhetspodkaster i lys av andre brukspraksiser for nyheter, og hvordan dette gjøres.

I kapittel fire gjennomgår jeg hvilke metodiske valg jeg har gjort underveis og hvordan jeg har gått frem i planleggingen og gjennomføringen av studien. Først redegjør jeg for valg av metoder, gjennomføring av pilotstudie, rekruttering av informanter og studiens utvalg. Deretter gjennomgår jeg hvordan datamaterialet er behandlet og analysert. Etske vurderinger jeg har gjort underveis blir presentert, før jeg avslutter med å reflektere rundt studiens metodiske svakheter.

Kapittel fem er analysen av hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne. Her har jeg kategorisert de ulike funnene etter hvordan informantene betrakter nyhetspodkastenes verdi og betydning for hverdagslivet deres. Kapitlet gjennomgår vaner for lytting og kontekster for lytting, og ulike faktorer som påvirker om informantene lytter eller ei.

Kapittel seks er analysen av hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoarene til unge voksne. Gjennom en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk undersøker jeg hvilken plass og funksjon nyhetspodkastene har i unge voksnes nyhetsdiett. Med utgangspunkt i tidligere

forskning trekker jeg frem forskjeller og likheter mellom lytting og andre brukspraksiser for nyheter.

I konklusjonen runder jeg av og oppsummerer de viktigste funnene fra studien, samtidig som jeg understreker behovet for videre forskning, særlig på forholdet mellom lesing av nettaviser og nyhetspodkaster, og hvordan nyhetspodkaster kan senke terskelen for å følge med på nyheter.

Kapittel 2 – Bakgrunn

I dette kapittelet redegjør jeg for podkast som medium og fenomen. Dette legger grunnlaget for hvordan podkaster forstås i resten av oppgaven. Innledningsvis definerer jeg derfor hva podkast og podkasting er, før jeg oppsummerer mediets relativt korte historie. Deretter vil jeg gjennomgå podkastmediets forhold til radioen, hvor jeg argumenterer for at podkastmediet kan forstås som et selvstendig medium heller enn en forlengelse av radiomediet. Til slutt vil jeg beskrive hva som kjennetegner nyhetspodkaster som sjanger og redegjør for ulike undersjangre.

2.1 Hva er en podkast?

Podkasting er en teknologi for å distribuere, motta og lytte til lydinnhold produsert av tradisjonelle aktører som kringkastere, avishus og utdanningsinstitusjoner, men også innhold laget av uavhengige produsenter, artister eller amatører (Sullivan, 2018, s. 37-38). Podkast er på sin side en lydfil som er tilgjengelig via internett, og kan lastes ned til eller strømmes fra en datamaskin eller smarttelefon (Perks og Turner, 2019, s. 97). Lydfilene er gjerne programmer eller serier av lydfiler som i all hovedsak er kostnadsfrie å abonnere på, laste ned eller strømme. For å få tilgang til lydfilene brukes en spesiell applikasjon, også kalt en *podcatcher*, som lar deg sortere, abonnere, laste ned, strømme og lytte til podkaster. I dag er de mest populære applikasjonene *Spotify*, Apples *iTunes* eller *Podkaster* og NRK (Norstat, 2020, s. 21).

Ordet *podcast* er en sammensetning av ordene *iPod* og *broadcast*, og ble først introdusert i en artikkel i *The Guardian* for å beskrive fremveksten av uavhengig nettbasert radio rett etter årtusenskiftet (Hammersley, 2004). I dagligtale kan *podkast* referere til selve podkastmediet, et spesifikt program eller en spesifikk episode av et program (Bottomley, 2015, s. 166). *Podkasting* referer på sin side til måten lydfilene gjøres tilgjengelig via internett (Saabye og Jauert, 2020). Definisjonen av podkast har forandret seg over tid og vektlegger ulike aspekter ved podkastmediet. Tidligere har man eksempelvis definert podkast som digitale lydfilene distribuert via en RSS-strøm, nedlastbar radio tilgjengelig på internett eller nedlastbare lydprogrammer som har blitt kringkastet på radio (Bottomley, 2015, s. 166). Andre definisjoner har vektlagt tidsforskyvning, muligheten lytterne har til å bruke lydinnholdet hvor som helst, som en særskilt karakteristikk ved podkastmediet (Bottomley, 2015, s. 166). Selv om podkastmediet ble gjort mulig ved hjelp av RSS som distribusjonsteknologi, hevder Morris og Patterson (2015) at podkasting ikke er begrenset til eller definert av teknologien den er bygget

på. Podkast som medium bør heller forstås som en rekke praksiser og kulturelle betydninger som er tett knyttet til teknologien som podkastene distribueres, organiseres og konsumeres gjennom (Morris og Patterson, 2015, s. 221-222). I denne oppgaven går jeg ut fra en bred forståelse av podkast, og definerer det som en lydfil som er tilgjengelig via internett, og kan lastes ned til eller strømmes fra en datamaskin eller smarttelefon. Dermed inkluderes radioprogrammer fra NRK som distribueres som podkast i definisjonen (f.eks. *Politisk kvarter*, *Dagsnytt 18*, *Urix* og *Debatten*).

2.1.1 Podkastmediets historie

Betrakter man podkastens teknologiske aspekter, har det i stor grad vært drevet frem av globale medieaktører, spesielt Apple (Saabye og Jauert, 2020). Podkast som begrep blir introdusert i 2004, men det er i 2005 podkasten får sitt første store gjennombrudd, og regnes for å være «podkastens år» (Bowers, 2005): Apple lanserte en oppdatering av programvaren iTunes som gjorde det enklere å søke opp og abonnere på podkaster (Bottomley, 2015, s. 164) og *podcast* ble kåret til årets ord av New Oxford American Dictionary (Bowers, 2005). Podkastmediet ble spådd en lysende fremtid, men populariteten tok ikke av med det første (Berry, 2018, s. 18). Prosessen med å få tilgang til, utforske og lytte til podkaster var ikke beleilig nok til at det appellerte til et større publikum. Muligheten til å lytte på farten var begrenset til dem som eide en mp3-spiller, datamaskinen var et tungvint mellomledd og det tekniske grensesnittet var ikke så enkelt å bruke. Der tidlige brukere tok seg bryet med å koble datamaskinen til en iPod for å overføre nytt innhold, hadde flesteparten mindre tålmodighet, tid og tekniske ferdigheter til å finne frem til og bruke podkastene (Berry, 2018, s. 22). Det var først da smarttelefonen ble introdusert, og man fikk integrert podkast som del av et sømløst system som gjorde podkaster lettere tilgjengelig og mer beleilig i bruk, at podkastmediet nådde et større publikum (Berry, 2018, s. 19).

I 2012 lanserte Apple en podkast-app til smarttelefoner og nettbrett, og fra 2014 ble appen forhåndsinstallert på Apples produkter (Saabye og Jauert, 2020). Slike mobile applikasjoner har vært sentrale for podkastmediets digitale infrastruktur, og bidrar positivt til lytteropplevelsen ved å gjøre det enklere for brukerne å navigere blant de mange podkastene og finne frem til nytt innhold (Morris og Patterson, 2015, s. 221). Til tross for at teknologiske forbedringer er en viktig del av narrativet om podkastens historie, må man også anerkjenne utviklingen av sjangre, formater og kommersielle strategier. Det tok tid for produsenter å forstå

mediet de jobbet med (Berry, 2018, s. 18) og lage innhold som over tid formet mediets identitet (Berry, 2018, s. 29). Der smarttelefonens inntog var sentralt for utbredelsen av podkastmediet, blir utgivelsen av podkasten *Serial* i 2014 ofte beskrevet som vendepunktet i hvordan podkastmediet ble oppfattet av allmennheten (Hancock og McMurtry, 2018, s. 81). Podkasten handlet om Adnan Syed, som påstår at han er feilaktig fengslet for et mord han begikk i Baltimore i 1999, og var en reportasjeserie i skjæringspunktet mellom journalistikk og krimhistorier fra virkeligheten. Podkaster hadde tidligere hadde fått status som kultsuksesser, men *Serial* var den første podkasten som traff et bredt publikum. Da *Serial* ble lastet ned fem millioner ganger på én måned, og 40 millioner ganger på to måneder, knuste den podkastrekorder (Hancock og McMurtry, 2018, s. 82). Kombinasjonen av en oppslukende og nervepirrende historie, måten narrativet ble bygget opp over flere episoder og hvordan podkasten ble omtalt i tradisjonelle medier gjorde podkasten til en stor suksess. Med dette gikk podkastmediet fra å være en nisje til å bli et medium som fikk større og mer positiv omtale i de etablerte mediene. Utgivelsen av *Serial* og en forhåndsinstallert podkastapp på Apples mobile enheter markerer startpunktet for det som flere betrakter som podkastens gullalder (Spinelli og Dann, 2019, s. 199). Perioden kjennetegnes av at mediets identitet og profil ble tydeligere, publikumstallene økte, om enn noe beskjedent, og det kommersielle potensialet ble gradvis mer tydelig for produsenter og annonsører. Som et resultat av at podkaster har blitt bedre kjent med rammene for podkastmediets form og innhold, har flere podkaster av høy produksjonskvalitet sett dagens lys.

Til å begynne med var podkasting en distribusjonsteknologi utviklet for at amatører og uavhengige produsenter enkelt kunne spre lydinnhold, og fungerte som et grasrotmedium uten portvoktere og profesjonelle aktører som kontrollerte de tradisjonelle massemediene (Saabye og Jauert, 2020). I dag er det stort sett podkaster fra kringkastere, avishus eller store medieselskaper som troner topplistene for norskproduserte podkaster (Kantar, 2021), men det er takket være uavhengige podkastprodusenter at podkastmediet har fått et autentisk preg over seg (Sullivan, 2018, s. 39). Forutsatt at man hadde tilgang til opptaksutstyr og internett, kunne alle produsere og distribuere en podkast. På denne måten har podkast som medium vært preget av en demokratisk open source-mentalitet, også når det gjelder økonomi (Saabye og Jauert, 2020). Selv om Apple, Spotify og Schibsted på ulike tidspunkt våren 2021 annonserte at de ville lansere betalingstjenester knyttet til podkaster (Veberg og Bjørkeng, 2021), har det i all hovedsak vært gratis å laste ned og lytte til podkast. Inntektene fra podkaster er primært knyttet

til annonsørinnhold som publiseres i podkastene, enten det er tradisjonelle spotannonser eller innholdsmarkedsføring. Podkastenes annonseverdi måles i lyttertall. Siden ulike aktører har operert med forskjellige måter å måle lyttertall for podkaster, har det vært vanskelig for annonsører å navigere i podkastmarkedet. I januar 2020 ble den norske bransjestandarden for måling av lyttertall Podtoppen opprettet, som har gitt podkastskapere, brukere og annonsører en felles valuta å forholde seg til (Aarli-Grøndalen, 2019). Slik har podkastmediet utviklet seg fra å være et medium for spesialister, amatører og nisjer til å bli et kommersielt bærekraftig massemedium, som ennå er i en tidlig fase av en institusjonaliseringsprosess (Andersen, 2019, s. 89).

2.1.2 Selvstendig massemedium eller forlengelse av radioen?

Bør podkast forstås som tidsforskjøvet radio eller finnes det flere kvaliteter ved podkast som skiller det fra radiomediet i så stor grad at vi må forstå det som et selvstendig massemedium? Selv om radio er en nyttig kulturell referanse for å forklare hva podkast er til noen som ikke er kjent med mediet (Berry, 2018, s. 24), argumenterer radioforsker Richard Berry at podkast bør studeres på mediets egne premisser og ikke som en utvidelse eller rekonfigurasjon av andre medier (Berry, 2018, s. 17). Ifølge Berry bør podkaster anerkjennes som et medium som henter egenskaper fra både nettbaserte mediepraksiser og kringkastingsradio, og ikke ses på som et forsøk på å erstatte, radikaliserer eller gjenoppdage radiomediet (Berry, 2018, s. 18). Siden enkelte former for podkasting deler institusjoner og produksjonsteknikker med radio kan det være vanskelig å skille mediene fra hverandre, spesielt når enkelte populære podkaster i utgangspunktet er kringkastede radioprogrammer (Bottomley, 2015, s. 167). Ved å undersøke forskjeller mellom lytterens intensjon og engasjement, distribusjonsteknologi og presentasjonsform, kan vi likevel tydeliggjøre hva som skiller podkast fra radio.

Radioforsker Richard Berry har skrevet flere artikler om forholdet mellom radio og podkast (Berry, 2006; Berry, 2016; Berry, 2018). Han argumenterer for at vi kan skille mellom podkasting som distribusjonsteknologi og podkast som medium (Berry, 2018, s. 27), og at dette kompliserer forståelsen av hva podkaster er. Radioprogrammer publisert som podkast tar i bruk distribusjonsteknologien podkasting, men ivaretar de kulturelle, sosiale og diskursive praksisene som kjennetegner lineær radio (Berry, 2018, s. 24). Podkast som medium er derimot kjennetegnet ved et sett av egne praksiser som drar nytte av særegenheter ved lytteropplevelsen podkast inngår i. Berry (2016, s. 12) påpeker at podkast- og radiolytteren har til felles at begge

vil ha noe å lytte til. Ettersom radioprogrammer kan distribueres som podkast (f.eks. *Politisk kvarter* og *Radioresepsjonen*), vil det være tilfeller der lytterne hører det samme innholdet. Likevel skjer lyttingen på ulike måter og med ulike intensjoner. Radiolytteren trenger bare å skru på radioapparatet for å oppleve 'radio'. Da vil programmet som kringkastes på kanalen som apparatet er stilt inn på åpenbare seg. Det er mulig å bytte mellom ulike kanaler, men det er ikke mulig å spole tilbake til begynnelsen av programmet. Lytteren må høre fra tidspunktet i programmet da den skrudde på eller stilte inn på kanalen. Radiomediet krever lite av lytteren fordi valgmulighetene er få: man skrur det på, stiller inn kanalen, justerer volumet og lytter til det som kringkastes (Berry, 2016, s. 12).

Hvis man skal høre podkast er det derimot ikke bare å skru på smarttelefonen og la programmet strømme ut av øreproppene. Podkastlytteren må først velge hvilken podkast den vil høre på gjennom mellomledd som *Spotify* eller Apples *Podkaster*. Selv om slike applikasjoner har fått en større rolle i å kuratere og anbefale lydinnhold, nyter podkastlytteren stor frihet til å velge hva den vil høre på (Berry, 2016, s. 15). Det digitale brukergrensesnittet gjør det mulig for podkastlyttere å navigere i lydinnholdet, både på tvers av programmer, men også innad i det enkelte program, hvor man kan sette innholdet på pause, spole tilbake og høre deler av innholdet på nytt (Saabye og Jauert, 2020). Radioen er et push-medium der lydinnholdet mottas samtidig som det kringkastes, og innholdet følger et tidfestet sendeskjema. Podkast karakteriseres som et pull-medium som er lagt opp til at lytterne kan laste ned eller strømme innholdet når det måtte passe dem. Radiolyttere forholder seg på sin side til en programstrøm som følger kanalens sendeskjema, eller setter sammen sin egen strøm ved å skifte mellom kanaler (Gentikow, 2007, s. 54). Når det gjelder utvalg av innhold er podkastlyttere mer aktive fordi de i større grad selv velger hva de vil høre og når de vil høre, og dermed kan tilpasse sitt eget «sendeskjema» (Berry, 2016, s. 12). På grunn av det store utvalget kan podkastlytteren velge et innhold som er skreddersydd til motivasjon og humør. Radiolytteren må derimot høre et av programmene som sendes på det aktuelle tidspunktet, og er ofte nødt til å nøye seg med det beste av to onder (Berry, 2016, s. 15). Siden podkastlytteren bruker mer tid og energi på å velge ut et program som passer med humør, interesser og kontekst, hevder Berry (2016, s. 14) at podkastlytteren er mer investert og engasjert i innholdet.

Podkastlyttere er også mer aktive og engasjerte i selve lytteropplevelsen fordi de lytter til innholdet fra start til slutt og stort sett vier sin fulle oppmerksomhet til å lytte (Berry, 2016, s.

13). Ifølge Berry hender det at man sitter klistret til radioen, enten for å høre en spennende debatt eller følge en nervepirrende fotballkamp, men han påpeker at radioen oftere fungerer som bakgrunnsstøy eller fyll i hverdagen (Berry, 2016, s. 18). Siden podkaster primært lyttes til med ørepropper eller hodetelefoner, konsumeres innholdet i en dypt personlig og privat sfære som bidrar til en langt mer intim lytteropplevelse enn radio (Berry, 2016, s. 15). Den aktive, engasjerte og intime lytteropplevelsen har implikasjoner for podkastens form og innhold, og åpner blant annet opp for mer intrikate former for historiefortelling som i større grad krever lytterens oppmerksomhet enn programmer som er laget for radio (Berry, 2016, s. 14).

Flesteparten av dagens mest populære podkaster spilles inn i profesjonelle studio, men det finnes eksempler på podkaster som bærer preg av at de er hjemmelaget. På grunn av rimelig lydredigeringsverktøy og innspillingsutstyr kan hvem som helst lage og laste opp en podkast som hele verden kan lytte til (Berry, 2016, s. 19). Dermed har privatpersoner, institusjoner og organisasjoner som ikke er kringkastere fått muligheten til å distribuere lydinnhold. Når det gjelder podkastenes form har de ofte en annen lydestetikk enn radio, og bøyer gamle normer og regler for språk, innhold, lengde og strukturelle konvensjoner som radiosendinger i større grad må forholde seg til (Llinares et al., 2018, s. 4). Sammenliknet med radioprogrammer som må passe inn i kringkasternes sendeplan og forholde seg til en rigid struktur, trenger ikke podkaster å forholde seg til en tidsramme på samme måte. Podkaster står fritt til å bestemme lengde som passer innholdet, som tillater skaperne å utforme programmet på måte som lar dem fortelle historien på best mulig vis (Saabye og Jauert, 2020). Samtidig er radiokanaler bundet av at de tjener et mer allment publikum, mens podkaster kan sikte seg inn mot spesifikke interesser eller nisjer i mye større grad (Newman og Gallo, 2019, s. 9).

På radio må man ta hensyn til at lytteren entrer eller forlater programmet på forskjellige tidspunkter. Man kan ikke anta at lytterne vet eller forstår hva som skjer, og må kontinuerlig orientere lytterne om hva som skjer, hvilken kanal det skjer på, når det skjer og hvem som snakker (Scannell, 2014, s. 156-157). Dette er også en måte å skape og opprettholde en følelse av kontinuitet og sammenheng mellom ulike segmenter i programstrømmene, som er tett knyttet til radioens *liveness* (Scannell, 2014, s. 157). Opplevelsen av *liveness* skapes ved at radioen henvender seg direkte til lytterne, som uavhengig om det skjer på direkten eller ikke, gir lytterne en felles opplevelse av nåtid (Saabye og Jauert, 2020). Dermed inngår radiolytteren i et tenkt fellesskap med andre lyttere som hører det samme innholdet samtidig. Podkastlytteren

er på sin side alene og isolert i en lytteropplevelse den ikke deler med andre. Der radio i større grad er noe som skjer her og nå, er podkaster noe som har skjedd: podkastlytting handler om å lytte til en hendelse heller enn å være del av hendelsen (Spinelli og Dann, 2019, s. 46-47).

Enkelte former for podkasting befinner seg institusjonelt, økonomisk og yrkesmessig innenfor radioens sfære, men som Berry påpeker er podkaster *kulturelt* annerledes enn radio (Berry, 2018, s. 29). Til tross for at mediene har et felles arvegods, mediespråk og delte praksiser, har podkastskapere gjennom prøving og feiling kommet frem til en blanding av egne praksiser som utnytter den særegne lytteropplevelsen podkasten inngår i (Berry, 2018, s. 28). Podkaster finnes i mange forskjellige sjangre med innhold som passer enhver smak, men nå skal vi se nærmere på nyhetspodkaster som en egen sjanger for podkast.

2.2 Nyhetspodkaster

Store mediehus over hele verden har de siste årene satset på nyhetspodkaster. Der avishusene har etablert egne podkaster med journalister og politiske kommentarer, har NRK satset på egne podkaster samt radioprogrammer som distribueres som podkast i ettertid. I Norge ble de første nyhetspodkastene lansert i 2015 da Aftenposten lanserte *Aftenpodden* og VG lanserte *Giæver og Joffen*. Etter et halvt år nådde *Giæver og Joffen* 10 000 ukentlige lyttere (Tjersland, 2015). Vendepunktet for nyhetspodkaster som sjanger kom imidlertid med *The Daily* fra New York Times. Da den ble lansert i 2017 var det den første daglige nyhetspodkasten av sitt slag (Nee og Santana, 2021, s. 2). I stedet for å gi en kort sammenfatning av de viktigste nyhetssakene, slik radioprogrammer tidligere hadde gjort, gjør hver episode et dypdykk i én enkelt nyhetssak, med en varighet som er skreddersydd til «the average commute» (Newman og Gallo, 2020, s. 14). Siden den gang har denne typen nyhetspodkaster blitt en trend for avishus og kringkastere over hele verden, og har tiltrukket seg mange lyttere. I Norge ble *Forklart* lansert i 2018, som raskt tiltrakk seg mange lyttere (Jor, 2019).

Ifølge podkastsjef i Aftenposten er *Forklart* en viktig del av Aftenpostens strategi om å knytte relasjoner til et yngre publikum (Andersen, 2019, s. 84). Samtidig påpeker hun at 75 % av lytterne er mellom 18 og 35 år og på den måten treffer en ung målgruppe som på sikt kan bli potensielle abonnenter. NRKs svar på *Forklart*, *Oppdatert*, ble lansert på tampen av 2019 og ble raskt en populær podkast. Året etter ble den kåret til årets podkast (Røneid, 2020), og i begynnelsen av 2021 gikk podkasten forbi *Forklart* i lyttertall (Kantar, 2021). Med om lag

100 000 lyttere er *Oppdatert* nyhetspodkasten som flest lytter til (Kantar, 2021). De andre populære norske nyhetspodkastene er *Forklart*, *Aftenpodden*, *Alt Fortalt* og *Giæver og gjengen* (Kantar, 2021).

2.2.1 Underkategorier av nyhetspodkaster

Rapporten «News podcasts and opportunities for publishers» undersøker utbredelsen av og kjennetegn ved de ulike nyhetspodkastene som eksisterer i dag (Newman og Gallo, 2019). Rapporten identifiserer fem underkategorier av nyhetspodkaster basert på form, innhold, utgivelsesfrekvens og produsent. I denne oppgaven tar jeg i bruk denne inndelingen når jeg omtaler nyhetspodkastene informantene bruker. Dagens nyhetspodkaster kan deles inn i daglige nyhetspodkaster, diskusjonspodkaster, narrative podkastserier, dokumentarserier og nyhetsopplesninger (Newman og Gallo, 2019, s. 13). Daglige nyhetspodkaster er den mest populære typen nyhetspodkaster i Norge, med podkastene *Forklart* og *Oppdatert* som de to mest populære podkastene i Norge (Kantar, 2021).

Daglige nyhetspodkaster er enten produsert for podkast eller et radioprogram distribuert som podkast. Daglige nyhetspodkaster kan igjen deles inn i mikrobuletiner, nyhetssammendrag og dypdykk i nyhetssaker, hvor sistnevnte er den mest utbredte. Disse podkastene fokuserer på én nyhetssak per episode og episodene varer i alt fra ti til tretti minutter. I denne kategorien finner vi *Forklart* av Aftenposten og *Oppdatert* fra NRK. Mikrobuletiner gir en meget kort oppsummering av dagens nyheter og varer i alt fra ett til fem minutter. Nyhetssammendrag er litt lengre og varer mellom ti og femten minutter. Det er få, om noen, norske mikrobuletiner og nyhetssammendrag tilgjengelig for nedlasting som podkast, men NRKs *Nyhetsmorgen* kan sies å være et noe fyldigere nyhetssammendrag, som publiseres som podkast hver dag etter at programmet har blitt kringkastet på radio.

Diskusjonspodkaster kan være samtale, debatt eller intervjuer om samfunn, politikk eller økonomi. Podkaster i denne kategorien kan både være produsert for podkast, eller radio- og fjernsynsprogram som publiseres som podkast etter de er kringkastet. Flesteparten av disse podkastene kommer ut etter en nokså fast rutine, enten på daglig og ukentlig basis. Blant norskproduserte diskusjonspodkaster finner vi *Aftenpodden* (Aftenposten), *Giæver og gjengen*

(VG), *Dagsnytt 18* (NRK), *Politisk kvarter* (NRK) *Norsken, svensken og dansken* (NRK), *Debatten* (NRK) og *Nokon må gå* (BT).

Narrative serier tar for seg enkeltemner, er produsert utelukkende for podkast og kommer ut i sesonger eller på uregelmessig basis. Narrative podkastserier fokuserer på en spesifikk historie, etterforskningen av en sak eller en krimhistorie fra virkeligheten. Seriene kommer i et begrenset antall episoder. I denne kategorien finner vi podkaster som *Familiene på Orderud* (NRK), *Baneheia* (TV2), *Purk eller skurk* (NRK) og *To hvite menn* (NRK). *Dokumentarserier* har mye til felles med narrative serier, men er ikke begrenset til én spesifikk sak, og gis ut mer eller mindre regelmessig. Dokumentarserier kan både være produsert for podkast eller være et kringkastet radioprogram som gis ut som podkast i ettertid. Blant disse finner vi podkaster som *Hele Historien* (NRK), *Krimpodden* (VG), *Alt fortalt* (VG) og *NRK Radiodok* (NRK).

Langlesninger er opplesinger av nyheter fra papiravis eller magasin produsert for podkast. Siden prøveprosjektet *Aftenposten Opplest* ble lagt ned i 2018 har ikke dette formatet eksistert i Norge, så vidt jeg vet. Det er også verdt å påpeke at det finnes en rekke podkaster som består av diskusjoner om nyheter som et fast innslag i programmet, som f.eks. *Radioresepsjonen* og *Berrum & Beyer snakker om greier*. På grunn av den begrensede mengden harde nyheter disse podkastene består av regner jeg ikke disse som nyhetspodkaster.

Siden informantene i studien lytter mest til nyhetspodkaster av typen daglige nyhetspodkaster og diskusjonspodkaster er disse sjangrene hovedfokuset for studien.

Kapittel 3 – Tidligere forskning og teoretiske perspektiver

I dette kapitlet legger jeg frem tidligere forskning og teoretiske perspektiver som danner grunnlaget for studiens analyse. Siden nyhetspodkaster er et medium med særegne egenskaper for bruk, samtidig som det er et nyhetsmedium, er dette kapitlet delt inn i to deler: først trekker jeg frem tidligere forskning på podkastbruk. Funnene i studiene legges til grunn når jeg undersøker hvordan podkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne. Deretter gjør jeg rede for analysens teoretiske perspektiver. Først gjør jeg rede for det brukersentrerte perspektivet på nyhetsbruk i hverdagslivet, som legges til grunn for resten av oppgaven. Deretter presenterer jeg Hasebrink og Domeyers (2012) analytiske rammeverk for en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk, som jeg tar i bruk for å undersøke nyhetspodkastenes plass og funksjon i unge voksnes medierepertoarer. Deretter gjør jeg rede for hvordan vi kan betrakte nyhetsbruk som en brukspraksis, før jeg gjør rede for et utvalg av Meijer og Kormelinks (2020) brukspraksiser for nyheter, som jeg benytter når jeg beskriver nyhetspodkasters funksjon og plass i unge voksnes nyhetsrepertoarer.

3.1 Tidligere forskning på podkastbruk

Til tross for at podkastmediet har eksistert siden 2004, er det først de siste årene at bruken av podkaster har økt i Norge og resten av verden. Før 2015 var det få norske podkaster og så vidt meg bekjent begynte målingen av lyttertall dette året. Fra 2015 til 2020 økte andelen nordmenn som hører podkaster minst én gang i uken fra 11 % til 31 % (Kantar, 2020). I samme periode har andelen nordmenn som hører podkaster daglig økt fra 5 % i 2015 til 17 % i første kvartal av 2021 (Futsæter, 2021). De siste årene har utvalget av podkaster med høy produksjonskvalitet blitt større og mer variert, samtidig som det har blitt lettere å få tilgang til podkaster gjennom ulike applikasjoner på smarttelefonen (Craig et al., 2021, s. 8). Til tross for at podkastmediet har eksistert i rundt femten år er det først nå at mediet er inne i en periode preget av modenhet og stabilitet (Berry, 2016), hvor mediet institusjonaliseres og kommersialiseres (Andersen, 2019, s. 89). De siste årene har også store medieaktører vist stor vilje til å satse på podkastmediet, både nasjonalt og internasjonalt (Spotify, 2019; Harnes, 2020; Helle, 2021). Forskningen på podkastbruk er dermed begrenset, spesielt nyhetspodkaster. I avsnittet under vil jeg gjennomgå studier som fokuserer på hvordan og hvorfor podkaster brukes. Det er viktig å påpeke at de aktuelle studiene undersøker podkastbruk generelt. Likevel er det funn i studiene

som utgjør et nyttig fundament for å bedre forstå hvordan nyhetspodkaster brukes. Funnene jeg presenterer i dette kapittelet legger grunnlaget for analysen av hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne.

3.1.1 Podkastbruk er forsket lite på, og veldig generelt

En stor andel av forskningen på podkastbruk er kvantitative bruksstudier som undersøker hvilke motivasjoner folk har til å bruke podkastmediet (McClung og Johnson, 2010; Swanson, 2012; Chung og Kim, 2015; Chan-Olmsted og Wang, 2020; Craig et al., 2021). Studiene er analyser av spørreskjemaundersøkelser der respondentene har svart på påstander om årsaker til at de bruker podkastmediet. De konkrete påstandene deles inn og sorteres i større kategorier av motivasjoner for bruk av podkastmediet. Ifølge Chung og Kim (2015) brukes podkaster eksempelvis til underholdning, informasjon, avslapping, fornøyelse, voyeurisme, sosial interaksjon og for å få selskap. En nyere studie peker på underholdning som den viktigste motivasjonen for bruk, etterfulgt av et behov for avkobling og informasjon (Craig et al., 2021, s. 7). Til tross for at underholdning er det folk primært oppsøker fra podkaster, påpeker Chan-Olmsted og Wang (2020, s. 13) at bruken i stor grad er motivert av tilgangen til variert og unikt innhold, og måten podkastene formidler dette innholdet på.

Den mest omfattende kvalitative undersøkelsen som er gjort av podkastbruk hittil fokuserer derimot på hvorfor og hvordan podkastmediet brukes og grunner til at podkast erstatter andre medier (Perks og Turner, 2019). Det foreligger ikke studier av hvordan nyhetspodkaster brukes spesielt, så vidt jeg vet. Bruksstudiene om generell podkastbruk kan imidlertid bidra til forståelsen av hvordan nyhetspodkastene brukes ved at studiene fremhever et knippe særegne karakteristikk ved bruken av podkastmediet, som antakeligvis gjelder for bruk av nyhetspodkaster også. Derfor trekker jeg frem et utvalg av funn fra tidligere forskning på podkastbruk som er mest relevant for denne oppgaven. Funnene har jeg valgt å dele inn i tre forskjellige grupper, som jeg vurderer som de mest sentrale karakteristikkene ved bruk av podkastmediet: en skreddersydd lytteropplevelse, multitasking og det sosiale aspektet.

3.1.2 Den skreddersydde lytteropplevelsen

Flere studier peker på at podkastmediet gir lytterne stor frihet til å bestemme hva, hvor og når de skal lytte. Under det jeg kaller den skreddersydde lytteropplevelsen har jeg derfor sortert funnene som angår tilgangen til et variert, unikt og kostnadsfritt innhold, stedforskyvning og tidsforskyvning. Perks og Turner (2019, s. 104) beskriver podkastlytting som en personlig og personalisert lytteropplevelse, fordi man lett kan tilpasse hva man vil høre på, og når og hvor man vil høre på det. De finner at tilgangen til et variert, unikt og kostnadsfritt lydinnhold er en viktig årsak til at folk bruker podkastmediet, som gjør det lett å tilpasse lyttingen til interesser eller humøret man er i. Chan-Olmsted og Wang (2020, s. 13) påpeker at lytterne i stor grad motiveres til å bruke podkastmediet på grunn av det unike innholdet man har tilgang til kostnadsfritt, den unike måten å presentere dette innholdet på og fordi man kan bruke det når man vil. Studentene i studien til Swanson (2012, s. 188) bruker podkaster for å få informasjon og underholdning som de ikke får tak i andre steder. Det er tydelig at podkastmediet tiltrekker seg brukere på grunn av et mangfold av sjangre og formater for lydinnhold de ikke kan finne andre steder. Perks og Turner peker på at innholdets mangfold og unike karakter er en vesentlig grunn til at folk velger podkast over radio, fordi radioprogrammene ikke kan måle seg med podkastmediets stadig nye og engasjerende innhold (Perks og Turner, 2019, s. 110). Gjennom *podcatchers* har man gratis tilgang til et stort og variert utvalg av lydinnhold, og ofte formater eller sjangre som man ikke finner i andre medier. Daglige nyhetspodkaster som på kort tid gjør et dypdykk i enkeltsaker (f.eks. *Forklart*, *Oppdatert* og *The Daily*), og diskusjonspodkaster (f.eks. *Aftenpodden* og *Giæver og gjengen*) som er en mer personlig, tabloidisert utvidelse av kommentatorjournalistikken (Thyrum, 2018, s. 78-82), er konkrete eksempler på unike sjangre for nyhetsinnhold som ikke finnes i andre medier.

Den personaliserte og skreddersydde lytteropplevelsen henger sammen med friheten til å bestemme hva man vil lytte til, når og hvor man vil lytte til podkastene. Chung og Kim (2015, s. 19) peker på at en av de viktigste motivasjonene til podkastbruk er at mediet kan brukes hvor og når som helst. McClung og Johnson (2010) trekker også frem tidsforskyvning som en viktig motivasjon til podkastbruk, men finner også at lytterne setter pris på at de kan tilpasse lytteropplevelsen, samtidig som det gir dem underholdning når det passer dem (2010, s. 90). Tid- og stedforskyvning henger tett sammen med podkastens teknologiske aspekter. For det første kan podkaster lastes ned, strømmes og lyttes til gjennom en smarttelefon eller datamaskin. Nedlasting og strømming av podkaster krever internettilgang, men med mobilnett

kan dette gjøres nærmest hvor som helst. Med ørepropper kan lyttingen foregå i det offentlige rom uten at det er til sjenanse for andre. Dermed er ikke podkastbruken bundet til sted, og man kan med letthet lytte til podkaster hvor som helst. For det andre er podkaster tilgjengelig til enhver tid og kan lyttes til når man måtte ønske det. Man kan sette podkastepisoden på pause eller spole frem og tilbake i episoden. Slik kan brukeren skreddersy lytteropplevelsen slik hen måtte ønske. Her er det viktig å påpeke at podkastlyttere ikke bare bestemmer hvor, når og hvilken podkast de skal lytte til, men også hva de skal gjøre mens de lytter (Perks og Turner, 2019, s. 110). Samtidig som de gjør andre ting, kan de følge med på lydinnholdet i langt større grad enn det andre medier tillater. Av den grunn legger kontrollen over lytteropplevelsen til rette for multitasking.

3.1.3 Multitasking

Flere studier peker på at podkaster primært brukes mens man gjør noe annet (Swanson, 2012; Perks og Turner, 2019; Chan-Olmsted og Wang, 2020; Norstat, 2020). Siden podkaster enkelt kan lyttes til mens man gjør andre ting samtidig, kan podkaster inngå i et mangfold av ulike situasjoner i hverdagslivet. I tråd med dette, finner Perks og Turner (2019) at multitasking er en av de viktigste motivasjonene til at folk bruker podkaster. Ved å kombinere lyttingen med andre aktiviteter opplever lytterne at de utnytter tiden i hverdagen bedre og på denne måten er mer produktive. Enkelte foretrekker av den grunn podkaster over fjernsyn eller strømmetjenester, medier som legger beslag på synet og gjør det vanskelig å gjøre andre aktiviteter samtidig (Perks og Turner, 2019, s. 114). Når man lytter til podkaster gjennom smarttelefonen kan man bevege seg mellom ulike kontekster i hverdagen uten at man må sette innholdet på pause for å unngå at man går glipp av deler av innholdet. Perks og Turner (2019, s. 106) finner at multitasking med podkaster skjer på to ulike måter: *temptation bundling* og *feeding the brain*. Begrepet *temptation bundling* kommer opprinnelig fra atferdsøkonomi, og er en teknikk hvor man bruker belønning, i form av aktiviteter man liker å gjøre som gir øyeblikkelig tilfredsstillelse, for å motivere seg selv til å få gjort tingene i hverdagen som man bør eller må gjøre. Belønningen får man ikke etter man har gjort ferdig gjøremålet eller aktiviteten, men underveis og samtidig som man gjør den. Dermed handler det om å kombinere en kjedelig aktivitet med en lystbetont aktivitet, der den lystbetonte aktiviteten, som i dette tilfelle er podkastlytting, gjør det enklere å begynne på en kjedelig oppgave, og å gjennomføre den. Ved å lytte til podkaster når man gjør kjedelige bør- og må-aktiviteter, kan man også få følelsen av at tiden går fortere (Perks og Turner, 2019, s. 107).

Den andre formen for multitasking, *feeding the brain*, handler om å lytte til podkaster for å tilegne seg ny kunnskap eller holde seg oppdatert på nyheter mens man gjør noe tankeløst (Perks og Turner, 2019, s. 108). Lyttingen er i så måte drevet av et ønske om å gjøre noe produktivt, og å utnytte tiden mer effektivt, når kroppen er opptatt, men hodet er fritt for påfyll (Perks og Turner, 2019, s. 105-108). Ønsket om å utnytte tiden sin bedre er altså en viktig motivasjon til å bruke podkaster. I studien til Perks og Turner opplevde enkelte informanter at en anledning til å bli underholdt eller lære noe nytt gikk tapt dersom de ikke lyttet til podkast hvis de gjorde husarbeid eller pendlet (Perks og Turner, 2019, s. 108). Spesielt podkastlyttere med lang reisevei til jobben kjente på følelsen av å kaste bort tid dersom de ikke lyttet. For enkelte av informantene i studien var ønsket om å utnytte dødtid i bil, til fots eller på offentlig transport en viktig motivasjon til å begynne å bruke podkastmediet i utgangspunktet (Perks og Turner, 2019, s. 105).

Siden podkastmediet lyttes til når man gjør andre ting samtidig, inngår lyttingen i flere situasjoner i hverdagslivet. Ifølge Den Store Podrapporten bruker flesteparten podkaster i hjemmet (Norstat, 2020). Lyttingen utenfor hjemmet skjer stort sett i forbindelse med pendling, enten man går, bruker offentlig transport eller kjører bil (Norstat, 2020). En stor andel kombinerer lyttingen med husarbeid og pendling, når de trener eller når de slapper av før de legger seg (Swanson, 2012, s. 186-188). Chan-Olmsted og Wang (2020) har forsket på sammenhengen mellom motiver for lytting og hvor man lytter. Funnene tyder på at folk som bruker podkaster til informasjon og nyheter oftere lytter i hjemmet, og sjeldnere når de er på farten (Chan-Olmsted og Wang, 2020, s. 13). Hjemme er informasjon en viktig driver for lytting, men utenfor hjemmet handler bruken mer om podkastmediets overlegenhet over andre lydmedier, og er oftere knyttet til tidsfordriv. Funnene antyder at lyttingen som skjer i hjemmet er mer aktiv og instrumentell, mens lytting på farten handler mer om vane (Chan-Olmsted og Wang, 2020, s. 13).

Selv om podkaster i hovedsak brukes samtidig som man engasjerer seg i andre aktiviteter, kan det virke som enkelte podkaster og situasjoner vanskeligere lar seg kombinere. Dersom en aktivitet krever for mye oppmerksomhet kan det være vanskelig å følge med på innholdet i informasjonstunge podkaster. I studien til Perks og Turner skiller informantene eksempelvis mellom podkaster de ikke trenger å følge så godt med på, der det ikke spiller så stor rolle om

de mister fokus, og podkaster der de i større grad må konsentrere seg for å holde følge med innholdet (Perks og Turner, 2019, s. 106). Nyre (2015) fant at informasjonstunge podkaster ikke passer spesielt godt i en fotgjengerkontekst. Siden det krever oppmerksomhet å navigere i et trafikkert bylandskap, kan det være vanskelig å ta til seg informasjonen fra podkaster samtidig. Dermed går aktiviteten og brukskonteksten på bekostning av lyttingen. Dette kan føre til at man må spole tilbake i podkastepisoden fordi man ikke får med seg det som blir sagt i podkaster (Nyre, 2015, s. 295). Dette indikerer at nyhetspodkaster ikke nødvendigvis lar seg integrere i de samme kontekstene som andre mer lettbeinte podkaster. Det kan også tenkes at informasjonstunge podkaster passer bedre i kombinasjon med en aktivitet som krever mindre koordinasjon, eller med en aktivitet som er så innarbeidet at man kan utføre den mer eller mindre automatisk.

3.1.4 Det sosiale aspektet

Siden mange av aktivitetene man kombinerer med podkastlytting er ting man gjør alene, er lyttingen i all hovedsak en individuell aktivitet (Swanson, 2012, s. 186; Perks og Turner, 2019, s. 110). Til tross for lyttingens individuelle natur, er det enkelte sosiale aspekter knyttet til podkastlytting. Blant Denis McQuails fem funksjoner for mediebruk, er sosialt fellesskap en av dem. Mediene kan bidra til at brukere identifiserer seg med andre og får følelsen av å høre til. Samtidig er det vi leser, ser eller hører om i mediene grobunn for samtaler i møte med andre mennesker (McQuail, 2010, s. 98-99). Dette gjelder også for podkaster. Flere studier peker på at podkastlyttere engasjerer seg i diskusjoner av innholdet i podkaster med andre mennesker (Swanson, 2012, s. 186-188; Perks og Turner, 2019, s. 110), at de anbefaler podkastmediet, spesifikke podkaster eller spesifikke episoder til venner, kolleger og familie (Naustdal, 2020, s. 32-35; Perks og Turner, 2019, s. 111). I mange tilfeller kan slike anbefalinger fra likesinnede være en inngang til nye podkaster.

Selv om enkelte studier peker på at podkastlyttere deler sine lyttererfaringer med andre, peker andre studier på at podkaster i hovedsak er en personlig og individuell medieopplevelse. Chan-Olmsted og Wang (2020, s. 16) finner eksempelvis at podkastlytting handler mer om selvrefleksjon og at man knytter bånd til personene som snakker i podkaster, enn at man lytter for å dele med andre. På den andre siden kan podkastlytterne utvikle sterke bånd til podkastverteene (Perks og Turner, 2019, s. 108-110). En slik parasosial relasjon forstås som et vedvarende ensidig forhold mellom mediebrukere og podkastverter som strekker seg ut over

enkelt bruk eller en episode. Berry argumenterer for at den private og intime sfæren som podkastlyttingen skjer i kan bidra til og forsterke at parasosiale relasjoner etableres mellom mottaker og avsender (Berry, 2016, s. 15). Man har blant annet funnet at parasosiale relasjoner og identifikasjon med verter henger sammen med den mentale og sosiale gevinsten lytterne opplever ved å lytte (Chan-Olmsted og Wang, 2020, s. 15). Det er viktig å påpeke at parasosiale relasjoner er knyttet til kvaliteter som ikke alle podkaster innehar. Perks og Turner finner at muligheten for parasosiale relasjoner avhenger av hvor hyppig og regelmessig man lytter til podkasten, muligheten til å kontakte podkastverteene gjennom sosiale medier eller e-post, podkastens samtaleform og om vertene deler personlig informasjon i podkasten. De fant også at en slik opplevd relasjon til vertene kunne bidra til at lytterne hørte episoden selv hvis innholdet i episoden ikke var særlig interessant (Perks og Turner, 2019, s. 108-110).

3.2 Digitale bruksmønstre for nyheter

Nyhetsbruk skjer på tvers av plattformer, medier og tjenester, der nyhetspodkaster bare er en av mange måter å få med seg nyheter på. Nyhetsbrukere navigerer og gir mening til et mangfold av nyhetsinnhold på tvers av papiraviser, kringkastingsmedier og nettbaserte og mobile medieplattformer (Schrøder, 2015). Mobile nyhetsmedier har blitt en stadig viktigere del av nyhetsrepertoaret til folk, og det er tydelig at en stor andel av nyheter konsumeres på smarttelefonen (Moe og Bjørgan, 2019, s. 13). Spesielt unge voksne får oftere nyheter fra en kombinasjon av nyhetssider, applikasjoner og sosiale medier, og bruker fjernsyn, papiravis og radio i langt mindre grad enn eldre nyhetsbrukere. Flesteparten får nyhetene sine fra etablerte nyhetsaktører, enten det er avishus og kringkastere, og stort sett på nett: over halvparten av nordmenn leser nyheter digitalt ved at de besøker nettsiden eller applikasjonen til etablerte nyhetsaktører. Flesteparten, og spesielt unge, bruker primært smarttelefonen for nyheter (Moe og Bjørgan, 2019, s. 13). Smarttelefonen har blitt en viktig enhet for kommunikasjon, er med overalt og fungerer nærmest som en forlengelse av kroppen, som «en andre hånd» (Boczkowski et al., 2018, s. 3529).

Det har aldri vært helt uproblematisk å definere nyheter, men de seneste årene har grensene mellom nyheter og andre innholdstyper blitt stadig mer utflytende (Bengtsson og Johansson, 2020, s. 2). Parallelt med fremveksten av mobile nyhetsmedier, har sosiale nettverkstjenester blitt en kjærkommen plattform for mediebrukere og redaksjonelle nyhetsmedier. På sosiale

medier inngår nyheter i brukernes personaliserte nyhetsstrømmer, side om side med personlige innlegg, bilder og videoer fra familie og bekjente og reklame (Bengtsson og Johansson, 2020, s. 2). På denne måten finner unge voksne nyheter i sosiale medier, mens de oppdaterer seg på livene til personer i deres sosiale nettverk (Boczkowski et al., 2018; Antunovic et al., 2018). Siden grensene for hva som regnes og ikke regnes for å være nyheter har blitt mer uklare, argumenterer Bengtson og Johansson at nyhetsbruk må undersøkes i kontekst av hverdagslivet (2020, s. 2).

3.2.1 Nyhetsbruk i kontekst av hverdagslivet

Når jeg i denne oppgaven undersøker hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne, betyr det to ting. For det første undersøker jeg bruk av nyhetspodkaster med utgangspunkt i hvordan individer opplever og forstår mediebruk i lys av hverdagslige praksiser (Bengtsson og Johansson, 2020, s. 4). Særlig i analysekapittel fem vektlegger jeg hvilken verdi og betydning nyhetspodkastene har i informantenes hverdagsliv. Den repertoarbaserte tilnærmingen, som jeg beskriver mer i detalj i neste delkapittel, legger også til grunn at medier må betraktes med utgangspunkt i brukernes sosiale kontekster og hvilken praktisk betydning mediene har for brukernes hverdagsliv (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 761). Siden dagens mediehverdag innebærer utflytende grenser for hva som er og ikke er nyhetsmedier, argumenterer Bengtsson og Johansson for viktigheten av å tilnærme seg nyhetsbruk på brukernes egne premisser, slik de selv opplever det (Bengtsson og Johansson, 2020). Dette innebærer et kvalitativt og brukersentrert perspektiv hvor man undersøker hvordan innhold og medieteknologi brukes og forstås i hverdagslige kontekster (Bengtsson og Johansson, 2020, s. 4). Dermed understreker jeg hverdagslivet som en viktig arena hvor man etablerer ulike praksiser og vaner knyttet til nyhetsbruk.

For det andre legger jeg til grunn Peters (2012) perspektiv på nyhetsbruk, som argumenterer for at nyhetsbruk ikke bare kan betraktes som noe vi gjør, men noe vi gjør et spesifikt sted (Peters, 2012, s. 698). Nyheter brukes i et mangfold av ulike situasjoner gjennom dagen, som påvirker hvordan vi konsumerer dem (Schröder, 2015, s. 72). Eksempelvis kan man høre radio mens man spiser frokost, sjekke nyheter på farten ved hjelp av smarttelefonen eller se nyhetssendinger på fjernsyn på kvelden (Van Damme et al., 2015, s. 198). Hjemmet er fremdeles en sentral arena for nyhetsbruk, men de siste årenes utbredelse av smarttelefonen og digitale nyhetsmedier har endret hvordan vi konsumerer nyheter. Dette spesielt med tanke på

hvordan nyhetsbruken er integrert i hverdagslivet, hvor og når vi konsumerer nyheter (Peters, 2012). Tradisjonelle medier var i større grad bundet til tid, sted og sosiale kontekster. I hjemmet hadde papiravisen, fjernsynet og radioen en strukturerende rolle på dagliglivet, og ble brukt i relativt stabile romlige og sosiale kontekster (Van Damme et al., 2015, s. 198). Digital nyhetsbruk er derimot mindre bundet av slike begrensinger. Mobile medier er overalt, til dels fordi de har blitt en sentral del av mediebrukernes hverdag, men også fordi de gir oss friheten til å bruke nyheter når og hvor som helst. Denne friheten innebærer at det ikke eksisterer en standard kontekst for nyhetsbruk (Van Damme et al., 2015, s. 199), og av den grunn må vi i større grad ta hensyn til hvor og når folk bruker mediene (Picone et al., 2015, s. 41). Dette gjelder i stor grad podkaster også, som primært kombineres med andre aktiviteter, og av den grunn undersøker jeg de ulike kontekstene nyhetspodkastene brukes i når jeg undersøker hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne.

3.2.2 En repertoarbasert tilnærming til tverrmedial nyhetsbruk

Podkaster er én av mange veier til nyheter. Nyhetspodkaster inngår i et helhetlig nettverk av ulike medier som brukes på ulikt vis og for ulike formål. Likevel har mediebruksforskningen tradisjonelt studert bruk av enkeltmedier, spesifikke sjangre eller temaer, uten å legge vekt på hvordan ulike medier kombineres med hverandre (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 757). Med tradisjonelle mediers definerte grenser for bruk og stabile brukskontekster, var fokuset på enkeltmedier mindre problematisk. I dag skjer mediebruken i større grad på tvers av medier, plattformer, teknologier, tjenester og innholdstyper (Moe et al., 2019, s. 36), samtidig som mobile digitale medier inngår i mange aspekter av hverdagslivet. Ikke bare kan brukerne velge blant et mangfold av medieinnhold, mobile medier har også gitt mediebrukere muligheten til å velge hvor, når og hvordan de vil bruke innholdet (Dimmick et al., 2011, s. 177). Med økende grad av valgfrihet, konvergens av mediene, interaktivitet og mobilitet, har også behovet for en tverrmedial tilnærming til mediebruk økt. Den danske medieforskeren Kim Schrøder argumenterer for at publikum er grunnleggende tverrmediale (2011, s. 6), og at det ikke er nytt at publikum setter sammen en mediediett på tvers av medier. Han påpeker imidlertid at dagens tverrmediale brukspraksiser er mer sømløse, utflytende og komplekse enn tidligere. I medieforskningen kan man imøtegå slike komplekse mediebruksmønstre ved å betrakte publikum som individer heller enn en samlet masse, og på den måten belyse hvordan brukerne navigerer i dagens medielandskap og kombinerer ulike medier som på meningsfylt vis utfyller hverandres funksjoner (Bjur et al., 2013, s. 18).

For å undersøke hvordan nyhetspodkaster kombineres med andre nyhetsmedier, og det relative forholdet mellom nyhetspodkaster og andre nyhetsmedier, legger jeg til grunn en repertoarbasert tilnærming til mediebruk. Tilnærmingen fokuserer på hvordan mediebrukere velger ut og setter sammen mediene de mer eller mindre regelmessig bruker til det som kalles *medierepertoarer* (Hasebrink og Domeyer, 2012). Begrepet *nyhetsrepertoar* er en variant av medierepertoar, men prinsippet er det samme: mediebruk kan best forstås i et helhetlig, relasjonelt og brukersentrert perspektiv (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 759). Dette innebærer at man undersøker hvilke nyhetsmedier og nyhetsinnhold personer tar i bruk over tid, men også det relative forholdet mellom de ulike nyhetsmediene personen har på repertoaret (Schrøder, 2019). Ved hjelp av repertoarbegrepet kan vi dermed forstå nyhetspodkasters plass og funksjon i nyhetsdietten til unge voksne og hvordan bruken av nyhetspodkaster henger sammen med andre former for nyhetsbruk. Først vil jeg derfor greie ut om det analytiske rammeverket for medierepertoarer, og hvordan jeg bruker det i analysen.

3.2.3 Nyhetsrepertoarer som variant av medierepertoarer

For å tilfredsstille behovet for informasjon og avledning kan mediebrukere velge mellom mange forskjellige typer medieinnhold på tvers av medieteknologier og innholdsleverandører. Disse valgene inngår som del av en lang rekke beslutninger om mediebruk i løpet av en dag. Gjentatte beslutninger om å bruke, eller ikke bruke, et medium eller en innholdstype, akkumulerer i det som over tid blir til stabile mønstre for mediebruk, og kalles *medierepertoarer* (Hasebrink og Hepp, 2017, s. 367). Et medierepertoar er altså sammensetningen av de ulike mediene en person bruker med jevne mellomrom, enten det er medieplattformer, enheter, sjangre, temaer eller medieleverandører (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 760). Den repertoarbaserte tilnærmingen undersøker helheten av en persons mediebruk og det relative forholdet mellom mediene en person bruker (Hasebrink og Popp, 2006, s. 371). Forfatterne bak begrepet, Hasebrink og Popp, påpeker at medierepertoarer kan undersøkes på ulike nivåer, enten man fokuserer på konkrete medier eller ulike sjangre for medieinnhold (2006, s. 375). Siden tilnærmingen ikke definerer et «korrekt» nivå å undersøke mediebruk på (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 760), kan den benyttes til å undersøke hvordan individer setter sammen ulike medier og medieinnhold for å få med seg *nyheter*. På denne måten er begrepet *nyhetsrepertoar* en videreutvikling av Hasebrink og Pops (2006) repertoarbaserte tilnærming til mediebruk: Individer setter sammen ulike typer nyhetsinnhold fra forskjellige leverandører

og medier til nyhetsrepertoarer som strukturerer hverdagen og tilfredsstillende behovet for informasjon, underholdning, meningsdanning, sosiabilitet og offentlig tilknytning på en meningsfylt måte (Swart et al., 2017, s. 1345).

En del av forskningen på nyhetsrepertoarer utarbeider ulike typer nyhetsbrukere, basert på hvilke nyhetsmedier de bruker (Van Damme et al., 2015; Hasebrink og Hepp, 2017). Flere studier gjennomfører for eksempel kvantitative faktoranalyser av datamaterialet fra store spørreskjemaundersøkelser i kombinasjon med kvalitative metoder. I denne studien gjør jeg derimot en nedskalert undersøkelse av nyhetsrepertoarer med et kvalitativt fokus, men ivaretar det helhetlige, relasjonelle og brukersentret perspektivet. Jeg undersøker nyhetsrepertoarene til informantene i studien, men fokuserer på et bestemt medium, nyhetspodkaster, og undersøker hvordan det brukes og kombineres med andre medier informantene tar i bruk.

For å undersøke hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoarene til unge voksne, tar jeg altså utgangspunkt i Hasebrink og Domeyers analytiske rammeverk for medierepertoarer (2012, s. 760). Rammeverket består av empiriske indikatorer som fanger opp helheten i et individs nyhetsbruk, og det relative forholdet mellom nyhetsmediene de bruker. Jeg har valgt ut de indikatorene som best kan forklare hvordan nyhetspodkaster inngår i informantenes nyhetsrepertoarer. Dermed har jeg analysert repertoarene med utgangspunkt i hyppighet for bruk av ulike nyhetsmedier, holdninger eller preferanser for spesifikke nyhetsmedier, i hvilken grad mediene inngår som del av hverdagslivets rutiner og vaner samt grad av selektivitet. Relasjonen mellom nyhetsmediene informantene har på repertoaret undersøkes gjennom andelen bruk av de ulike mediene og funksjonell komplementaritet mellom nyhetsmediene de bruker (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 761). Med funksjonell komplementaritet undersøker jeg hvilke funksjoner de ulike mediene har i nyhetsrepertoarene og hvordan disse funksjonene utfyller hverandre. Dersom et medium har en veldig spesifikk funksjon kan det lett kombineres med et medium som har en annen veldig spesifikk funksjon, og det har en høy grad av funksjonell komplementaritet. Enkelte nyhetsmedier er eksempelvis knyttet til generelle funksjoner som informasjon, mens andre er knyttet til underholdning. Dermed har mediene ulike funksjoner, som gjør at de fint kan sameksistere innenfor et repertoar fordi mediene utfyller hverandre (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 769). Med utgangspunkt i den repertoarbaserte tilnærmingens analytiske rammeverk, undersøker jeg nyhetspodkastenes plass og funksjon i informantenes nyhetsrepertoarer. I analysen av nyhetspodkastens funksjon legger

jeg også til grunn praksisteori som et teoretisk rammeverk, slik det er beskrevet av Couldry (2011, s. 217), som jeg introduserer i neste delkapittel.

3.2.4 Lytting til nyhetspodkaster som brukspraksis

Målet med å undersøke hvordan nyhetspodkastenes plasserer seg innenfor nyhetsrepertoarene til informantene er todelt. For det første undersøker jeg hvordan unge voksne kombinerer nyhetspodkaster med andre nyhetsmedier de har på repertoaret, og hvordan nyhetspodkastene plasserer seg i nyhetsdietten deres. For det andre undersøker jeg hvilken funksjon nyhetspodkastene har for dem, for å bedre forstå lytting til nyhetspodkaster som en distinkt praksis for nyhetsbruk. Dermed undersøker jeg lyttingen i lys av og i sammenheng med hvordan informantene bruker andre nyhetsmedier. På denne måten kan vi få en forståelse av karakteristikker ved podkastlytting som skiller den fra andre brukspraksiser for nyheter. Målinger av bruk sier mye om hvilke nyhetsmedier folk benytter seg av, men sier mindre om hvordan nyhetsmediene brukes på et mer detaljert nivå og hva brukerne faktisk gjør med nyhetsmediene de bruker. Med ny teknologi, en medieøkologi i forandring og nye bruksmønstre for digitale nyheter, har flere studier fokusert mindre på nyhetsbruk som i frekvens og tid brukt, og heller undersøkt folks opplevelse av nyhetsbruk (Ørmen, 2016; Antunovic et al., 2018; Meijer og Kormelink, 2020).

Når jeg undersøker funksjonen nyhetspodkastene har for informantene, tar jeg utgangspunkt i informantenes hverdagslige erfaringer med nyhetspodkastene, i tråd med det Couldry definerer som praksisteori (Couldry, 2011). Couldry argumenterer for at vi trenger et bedre begrep om hva folk gjør med mediene, for å forstå hva bruken innebærer og betyr for mediebrukerne. Han påpeker at hva individer gjør med mediene kommer til uttrykk og reproduseres gjennom hvordan de snakker, handler og tenker om mediene de bruker i hverdagen (Couldry, 2011, s. 214). I motsetning til å undersøke produksjon eller resepsjon av medietekster, eller medieteksternes innhold, er fokuset på hva brukerne *gjør* og *sier* som er rettet mot eller relatert til mediene de bruker (Couldry, 2011, s. 217). En slik tilnærming krever at man ikke antar at det brukerne gjør allerede er et distinkt sett med medierelaterte praksiser, men at man undersøker hvordan brukerne selv forstår og opplever praksisene de involverer seg i (Couldry, 2011, s. 218). Couldry argumenterer videre for at ulike mediebrukspraksiser er forankret i overordnede praksiser. De overordnede praksisene fungerer som referansepunkt og gjør oss i stand til å holde orden på de ulike måtene vi involverer oss i mediebruk. Når en praksis

kategoriseres, er den avhengig av andre praksiser som den ses i sammenheng med (Couldry, 2011, s. 218). Dermed legger jeg til grunn at vi gjennom informantenes opplevelser av bruk av nyhetspodkaster i hverdagen, gjennom hvordan de forstår praksisene de involverer seg i, og gjennom kategoriene av praksiser som de selv lager og skiller mellom, kan forstå hvordan nyhetspodkaster brukes sammenliknet med hvordan de bruker andre nyhetsmedier (Couldry, 2011, s. 217). I kombinasjon med det analytiske rammeverket for medierepertoarer (Hasebrink og Domeyer, 2012, s. 760) legger jeg til grunn praksisteori når jeg undersøker nyhetspodkastenes plass og funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer.

3.2.5 Brukspraksiser for nyheter

Nyhetsbrukspraksiser kan altså best forstås i lys av eksisterende praksiser for mediebruk. Av den grunn har jeg lagt til grunn eksisterende forskning på nyhetsbrukspraksiser. Siden vi vet at norske nyhetsbrukere får mesteparten av nyhetene sine fra nettstedene til avishus og kringkastere, og smarttelefonen er den viktigste kilden til nyheter, spesielt blant unge voksne (Moe og Bjørgan, 2019, s. 13-14), antar jeg at dette også gjelder for informantene. Derfor har jeg lagt vekt på nyhetsbrukspraksiser som er knyttet til nettbaserte nyhetsmedier. I en kvalitativ studie av folks opplevelse av nyhetsbruk, beskriver og identifiserer Meijer og Kormelink ulike praksiser som lesere og lyttere involverer seg i (Meijer og Kormelink, 2020). Blant disse har jeg valgt ut tre ulike nyhetsbrukspraksiser som er relevante for bruk av nyheter i nettaviser: *reading*, *checking* og *scanning* (Meijer og Kormelink, 2020, s. 18). Jeg har også inkludert to praksiser knyttet til bruk av lydmedier, *hearing* og *listening* fra samme studie.

Reading, eller *lesing*, er å vie sin fulle oppmerksomhet til en nyhetssak, gjerne i lengre økter hvis tiden strekker til, hvor det handler om å få en dyptgående forståelse for det man leser. Det handler altså om noe mer enn å ha kjennskap til at noe har skjedd. Checking, eller *sjekking*, er en vanebundet praksis der formålet er å finne ut om det har skjedd noe nytt eller interessant i verden på effektivt vis (Meijer og Kormelink, 2020, s. 22). Sjekkingen skjer gjerne kontinuerlig gjennom dagen, og handler om å følge med på nettavisenes siste oppdateringer for å få oversikt over nyhetsbildet. Dermed handler sjekking mer om å ha kjennskap til saker og hendelser, enn å forstå hva de handler om. I dag har sjekking blitt en helt alminnelig del av hverdagslivet, folk sjekker hyppig og stort sett i korte intervaller med ledig tid i løpet av dagen (Meijer og Kormelink, 2020, s. 23). Sjekkingen begrenser seg ikke til nyheter, men er del av en rutine hvor

man raskt besøker flere nettsider, sosiale medier eller applikasjoner i en og samme økt, som for eksempel nyheter, e-post, Facebook, Instagram og Twitter. Brukerne får oversikt over nyhetsbildet samtidig som de oppdaterer seg på hva som skjer i deres sosiale nettverk (Meijer og Kormelink, 2020, s. 24). Scanning, eller *skanning*, minner om sjekking i den forstand at det handler om effektivitet. Skanning er derimot knyttet til å raskt se gjennom informasjonen for å trekke ut høydepunktene fra en nyhetssak, for å se om det har skjedd noe nytt man burde kjenne til eller vite om, gjerne innenfor et bestemt saksområde eller tematikk (Meijer og Kormelink, 2020, s. 25).

Meijer og Kormelink har også kommet frem til to brukspraksiser knyttet til lydmedier. Listening, eller *lytting*, er assosiert med intimitet, som lar lytterne tre inn i en privat sfære hvor de fjerner seg fra omgivelsene for en liten stund. Lytting sammenliknes med lesing, i den forstand at det handler om at man å fordype seg i noe, og ha en stund for seg selv (Meijer og Kormelink, 2020, s. 21). *Hearing*, eller å høre, er ofte assosiert med en mer generell opplevelse, som å kjøre bil eller under innsøving. Det betraktes gjerne ikke som en aktivitet i seg selv, og er mindre oppmerksomt rettet mot innholdet enn når man lytter. Innholdet er fremdeles viktig, men opplevelsen sentrerer seg rundt avkoblingen, underholdningen og selskapet man får av å høre (Meijer og Kormelink, 2020, s. 22). Med utgangspunkt i disse praksisene, drøfter jeg nyhetspodkastenes funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer i analysen senere i oppgaven.

Kapittel 4 – Metode

I dette kapittelet gjør jeg rede for hvordan jeg har gått frem for å undersøke unge voksnes bruk av nyhetspodkaster. Med utgangspunkt i at podkast til nyheter er et relativt nytt fenomen som er lite forsket på, begrunner jeg hvorfor en eksplorativ kvalitativ tilnærming er nyttig for å svare på studiens forskningsspørsmål. Jeg redegjør for hvorfor jeg har kombinert tre ulike innsamlingsmetoder, før jeg beskriver hvordan studien er planlagt og gjennomført. Først gjennomgår jeg hvordan jeg gikk frem da jeg planla og gjennomførte innsamling av datamaterialet gjennom mediedagbok, spørreskjema og intervju. Deretter beskriver jeg hvordan pilotstudien ble gjennomført og hva jeg lærte av den, for så å gjøre rede for hvordan jeg gikk frem for å rekruttere informantene. Jeg beskriver utvalget som er undersøkt, før jeg gjennomgår hvordan jeg analyserte og behandlet datamaterialet og hvilke etiske vurderinger jeg har gjort underveis. Avslutningsvis vil jeg reflektere over metode, fremgangsmåte og studiens svakheter.

4.1 Eksplorativ fremgangsmåte

Som jeg viste i kapittel tre, er tidligere forskning av podkastbruk hovedsakelig knyttet til bruk av podkastmediet generelt. Mesteparten av forskningen er bruksstudier som primært undersøker hva podkastmediet brukes til, og hvorfor folk bruker det. Det eksisterer også rapporter og statistikk om podkastbruk i form av Den Store Podrapporten (Norstat, 2020). Så vidt meg bekjent er det foreløpig ikke gjort systematiske undersøkelser av hvordan nyhetspodkaster brukes. Siden jeg skal undersøke et felt som forskningslitteraturen foreløpig sier lite om, er en eksplorativ tilnærming nyttig å ta i bruk (Østbye et al., 2013, s. 267). Tilnærmingen egner seg godt til å undersøke fenomener som forskningen ikke dekker (Gentikow, 2005, s. 38), fordi tilnærmingens fleksible rammer gjør det mulig å ta høyde for uventede funn og tilpasse seg etter hvert som man oppdager nye mønstre i datamaterialet (Østbye et al., 2013, s. 267). En styrke som er særlig relevant for oppgavens forskningsspørsmål, er den eksplorerende tilnærmingens evne til å undersøke dagligdagse fenomener med fremmed blick (Gentikow, 2005, s. 39).

4.2 Valg av metoder

I denne studien undersøker jeg hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagen til unge voksne. Forskningsspørsmålene er utarbeidet med utgangspunkt i at mediebruk best kan forstås gjennom hvordan nyhetspodkaster er integrert i hverdagslivet til unge voksne, og hvordan de bruker det som et medium for nyheter, som best kan forstås i et helhetlig og relasjonelt perspektiv gjennom en repertoarbasert tilnærming (Hasebrink og Popp, 2006). Tidlig i prosessen forsto jeg at en kombinasjon av flere metoder passet for å besvare studiens to forskningsspørsmål. Av den grunn valgte jeg å legge opp datainnsamlingen i tre steg: dagbok, spørreskjemaundersøkelse og intervju. En slik datatriangulering kan gi et mer nyansert bilde av fenomenet man undersøker ved at man belyser det fra ulike vinkler (Gentikow, 2005, s. 157).

Datamaterialet fra dagbøker og intervju ble kombinert for å undersøke hvordan nyhetspodkaster inngår i informantenes hverdagsliv. Spørreskjema og intervju ble kombinert for å finne ut hvordan nyhetspodkastene inngår i informantenes nyhetsrepertoarer. For å undersøke hvordan bruk av nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne, var det nødvendig å undersøke de ulike brukskontekstene for lytting. Derfor virket det rimelig å la informantene selv loggføre bruk og kontekst for bruk av nyhetspodkaster i mediedagbøker. Av forskningsetiske, tidsmessige og tekniske årsaker var dette å foretrekke over automatisert loggføring på informantenes enheter. Dagbøkene fungerte som datakilder i seg selv og som supplement til de kvalitative intervjuene. Informantene fylte ut dagbøkene over en periode på en uke, før intervjuene ble gjennomført. Intervjuene tillot informantene å gå i dybden på hvordan de brukte nyhetspodkaster gjennom hverdagen, mens jeg kunne stille dem oppfølgingsspørsmål der det var nyttig og nødvendig.

For å plassere nyhetspodkaster i relasjon til informantenes bruk av andre nyhetsmedier, brukte jeg først en spørreskjemaundersøkelse. Dette fylte informantene ut parallelt med dagboken. I spørreskjemaet spurte jeg om hvilke nyhetsmedier informantene brukte og hvor ofte de brukte dem. Formålet med spørreskjemaet var ikke å kvantifisere datamaterialet, men å «tegne et bilde» av informantenes nyhetsrepertoarer. Som med dagbøkene, fungerte svarene i spørreskjemaene til dels som en datakilde i seg selv, og dels som supplement til de kvalitative intervjuene, hvor jeg stilte oppfølgingsspørsmål for å finne ut av nyhetspodkastenes plass og funksjon i nyhetsdietten til informantene. Med en slik datatriangulering var studien bedre rustet

til å forklare hvordan nyhetspodkaster brukes, samtidig som de gir studien større reliabilitet og validitet ved at de utfyller hverandres metodiske svakheter (Schrøder et al., 2003, s. 357). Eksempelvis ga dagbøkene korte beskrivelser om faktiske forhold, som ga et mer representativt bilde av bruken deres ved å kartlegge bruk over tid, mens intervjuene ga rom for spontane, subjektive og sammenhengende beskrivelser av podkastbrukens plass i informantenes nyhetsdiett og hverdagslivets mange kontekster.

4.2.1 Mediedagbok

Siden podkaster primært brukes på smarttelefonen er de tilgjengelige til enhver tid og kan inngå i et mangfold av ulike situasjoner i hverdagslivet. En mediedagbok lar informantene avgi skriftlige beskrivelser av mediebruken sin over en gitt periode, og er en innsamlingsmetode som passer bra til å fange opp kompleksiteten i individers hverdagslige mediebruk (Sjöberg, 2000, s. 101). Avhengig av hvor lenge og hvor ofte dagbøkene fylles ut, gir de et mer representativt bilde av individers ordinære mediebruk (Sjöberg, 2000, s. 101), og er et effektivt innsamlingsverktøy på grunn av mengden informasjon de kan samle inn over tid (Schrøder et al., 2003, s. 233). Siden dagbøker fylles ut tett på den aktuelle mediebruken, mens informantene ennå har bruken friskt i minne, fanger dagbøkene opp mediebruk som ellers kan være lett å glemme (Thorhauge, 2016).

Dagbøker kommer i mange former og kan operere med ulike data basert på formålet for den respektive undersøkelsen. I denne studien besto dagboken av forhåndsdefinerte felter som informantene fylte ut, som et slags spørreskjema. Formålet var først og fremst å loggføre informantenes bruk av podkaster og var spesielt knyttet til forskningsspørsmål 1, hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes hverdagsliv. Ved at informantene skrev ned frekvens og kontekst for bruk av ulike nyhetspodkaster i en uke, fikk jeg god innsikt i hvordan nyhetspodkastene inngår i konkret hverdagspraksis. En av fordelene med dagbøker er at de fungerer som et godt utgangspunkt for å gjennomføre detaljerte og dyptgående intervjuer (Gentikow, 2005, s. 99). Før intervjuene dannet jeg meg et bilde av podkastbruken deres, som gjorde at jeg kunne tilpasse spørsmålene deretter. Samtidig hadde jeg og informantene konkrete lytterøkter å referere til og diskutere i intervjusituasjonen. Dagbøkene var også en god datakilde i seg selv, ved at jeg fikk en oversikt over hvor mye, hvor, når og i hvilke sosiale kontekster informantene lyttet til nyhetspodkaster i løpet av en uke.

Jeg utformet en standardisert mediedagbok med lukkede spørsmål (vedlegg 1). Siden det kan være krevende for informanter å føre mediedagbok over tid (Gentikow, 2005, s. 99), var det viktig for meg at spørsmålene var enkle og tok kort tid å besvare. Effektiviteten til dagbøker avhenger tross alt av informantenes vilje til å fylle dem ut, og å fylle dem ut korrekt (Schrøder et al., 2003, s. 233). Derfor la jeg opp dagbøkene slik at de ikke tok mer enn 1-2 minutter å besvare hver dag. Informantene ble tildelt hver sin digitale mediedagbok, som kunne besvares på tvers av enheter og var enkel i bruk. Med tanke på prosjektets rammer avgrenset jeg tidsperioden for loggføring i mediedagboken til en uke. Jeg oppfordret informantene til å fylle ut dagbøkene hver dag, helst rett før leggetid eller morgenen etter. Hver gang de la inn noe nytt i dagbøkene fikk jeg et e-postvarsel. Dersom det gikk flere dager uten at en informant fylte ut informasjon i dagboken, ga jeg vedkommende en vennlig påminnelse. Jeg ga dem også tilbakemeldinger på dagbøkene underveis for å bekrefte at de gjorde det rett, for å forhindre motivasjonssvikt (Gentikow, 2005, s. 99). For å unngå problemer med å definere hva som er, og ikke er, nyhetspodkaster, oppfordret jeg dem til å notere ned alle podkastene de lyttet til i løpet av en dag.

4.2.2 Spørreskjemaundersøkelse

Spørreskjemaundersøkelser beskrives som en strukturert metode for datainnsamling gjennom spørsmål og svar (Østbye et al., 2013, s. 135). En undersøkelse av hvordan nyhetspodkaster inngår i informantenes nyhetsrepertoar, er en undersøkelse av hvordan en del inngår i en helhet, og delens relasjon til de andre elementene i denne helheten. Derfor må jeg nødvendigvis ha det klart for meg hvordan denne helheten, nyhetsrepertoarene til informantene, ser ut. Det finnes flere måter å undersøke nyhetsrepertoarer på, men spørreskjemaundersøkelser er den mest utbredte måten å samle inn data om relevante empiriske indikatorer (Yuan, 2011; Schrøder, 2015; Edgerly, 2015; Van Damme et al., 2015; Hasebrink og Hepp, 2017). Spørreskjemaundersøkelser egner seg godt til å kartlegge faktiske forhold (Østbye et al., 2013, s. 154), og spørsmål om atferd gir normalt reliable svar (Østbye et al., 2013, s. 143). Et spørreskjema gjør også at man på effektivt vis kan samle inn mye informasjon og svar fra flere respondenter samtidig, i tillegg til at datamaterialet kan analyseres uten at det må kodes manuelt (Østbye et al., 2013, s. 139). Derfor gjennomførte jeg en spørreskjemaundersøkelse (vedlegg 2) bestående av lukkede spørsmål for å kartlegge informantenes nyhetsbruk. Siden dette ikke er en omfattende studie av nyhetsrepertoarene i seg selv, men nyhetspodkastenes plass og

funksjon i forhold til andre nyhetsmedier, virket dette å være den beste og mest effektive måten å gjøre det på.

Kvaliteten på datamaterialet et spørreskjema produserer avhenger i stor grad av hvordan spørsmålene er utformet og formulert (Østbye et al., 2013, s. 154). For å sikre at spørsmålene var av høy kvalitet hentet jeg spørsmål fra den norske utgaven av nyhetsbruksundersøkelsen Digital News Report. Kun spørsmål som var relevante for oppgavens formål ble inkludert, og jeg endte opp med totalt 16 spørsmål (*vedlegg 2*). Et av problemene med selvrapporing av nyhetsbruk er at folk har en tendens til å overrapportere frekvensen for bruk av ulike nyhetsmedier (Prior, 2009, s. 137). For å få svar som ligger tettere opp til folks faktiske bruksmønstre, kan man la brukerne rangere frekvensen for bruk av ulike nyhetsmedier i forhold til hverandre (Swart et al., 2017, s. 1344). Flere av spørsmålene i spørreskjemaet la derfor opp til at informantene besvarte hvilke medier, tilbydere og enheter de primært brukte for nyheter. Helt på slutten av spørreskjemaet inkluderte jeg også seks spørsmål om informantenes podkastbruk, for å få et omriss av informantenes forhold til podkastmediet generelt. Spørreskjemaundersøkelsen ble satt opp i Xact-Survey og ble distribuert til informantene via e-post. Det tok rundt 10-15 minutter å besvare spørreskjemaet i sin helhet.

4.2.3 Kvalitativt forskningsintervju

Formålet med et kvalitativt forskningsintervju er å få innsikt i informantenes erfaringer og opplevelser av mediebruk gjennom deres egne ord (Gentikow, 2005, s. 45). Selv om datamaterialet fra dagbøker og spørreskjema gir nyttig informasjon om informantenes nyhets- og podkastbruk, er det begrenset hvor langt et fenomen lar seg utforske ved hjelp av korte og løsrevne faktaopplysninger (Gentikow, 2005, s. 45). Det er først i intervjuet at informantene får muligheten til å gi uttrykk for hva mediene betyr for dem og hvilke forhold de har til mediene de bruker (Sjöberg, 2000, s. 102). I den sammenheng tillater en lengre samtale at informantene gir nyanserte beretninger som går i dybden på fenomenet man ønsker å undersøke. Selv om intervjuet sentrerer seg rundt informantenes egne ord, kan forskeren lede intervjuet i den retningen som er mest fruktbar for det respektive intervjuet (Gentikow, 2005, s. 45). Dette gjør det mulig å bore seg ned i informantens opplevelse av et fenomen (Gentikow, 2005, s. 84), for å få et mest mulig fyldig, rikt og detaljert datamateriale (Gentikow, 2005, s. 45).

Dagen etter at den enkelte informant hadde fylt ut mediedagboken i en uke, gjennomførte vi et intervju. Hensikten med intervjuene var at informantene skulle fortelle om praksiser knyttet til nyhetsbruk og bruk av nyhetspodkaster. Intervjuene fulgte en semistrukturert intervjuguide (vedlegg 3) som ble utformet i tråd med studiens to forskningsspørsmål: (1) hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne? og (2) hvordan inngår nyhetspodkaster i nyhetsrepertoarer til unge voksne? Intervjuguiden fungerte først og fremst som en grov skisse og ble brukt for å følge med på at vi hadde gått gjennom de aktuelle temaene, mens rekkefølgen på spørsmålene innad i de ulike delene av intervjuet var mer vilkårlig. I første del av intervjuet ble informantene bedt om å fortelle om den generelle nyhetsbruken sin i løpet av en dag. Styrken til slike fortellinger er at det gir informantene rom for å beskrive erfaringer eller opplevelser som del av en større sammenheng (Gentikow, 2005, s. 45). Deretter stilte jeg oppfølgingsspørsmål knyttet til ulike aspekter ved nyhetsbruken deres. Fokuset for denne delen var å komme frem til når, hvor og hvordan de brukte nyhetsmediene de opplyste om i spørreskjemaet de fylte ut i forkant av intervjuet. I intervjuet spurte jeg om nyhetsbrukspraksiser knyttet til de ulike nyhetsmediene. Dette for å finne ut hvilke funksjoner de ulike nyhetsmediene hadde for informantene, så jeg kunne se dem i lys av podkastbruken.

Andre del av intervjuet innledet jeg med å spørre informantene om forholdet deres til podkastmediet. Av den grunn ble informantene bedt om å beskrive hvilke podkaster de hørte på, hvilke av disse de foretrakk og hvorfor, hva de gjorde mens de hørte på disse podkastene og om vaner eller rutiner knyttet til lyttingen. Slik fikk jeg et godt bilde av podkastmediets overordnede funksjon i informantens hverdag. Deretter gikk vi over til nyhetspodkaster mer spesifikt. Denne delen fokuserte på hva informantene typisk gjør når de lytter til nyhetspodkaster, samt vaner og rutiner knyttet til lyttingen. Samtidig var det viktig å finne ut hvordan de valgte ut hvilke nyhetspodkaster de lyttet på for å forstå grad av selektivitet, ritualisert eller intensjonell bruk, om de hadde faste mønstre for lytting til spesifikke podkaster eller om lyttingen var mer sporadisk. Til slutt ble informantene bedt om å reflektere over hva de foretrakk med nyheter i tekstform kontra podkastform og omvendt. Siden intervjuguiden for det meste var en grov skisse, utartet intervjuene seg forskjellig fra informant til informant.

Da datainnsamlingen ble gjennomført var det strenge smittevernstiltak i forbindelse med covid-19-pandemien. Jeg regnet derfor med at det ikke ville være mulig å gjennomføre intervju ansikt-til-ansikt med informantene. Med unntak av ett intervju, ble alle intervjuene gjennomført som

videosamtaler over Zoom. Dermed mistet jeg det direkte nærværet som ansikt-til-ansikt-intervjuer gir. Dybdeintervju over videosamtale var til tider utfordrende både med tanke på lyd kvalitet, tekniske problemer og intervjusituasjonen i seg selv. Lydkvaliteten varierte, men stort sett gikk dette fint. Enkelte ganger kunne lyden til tider skurre eller hakke, og flere ganger måtte både jeg og informantene repetere for å forstå hverandre. Forsinkelser i videosamtalen gjorde at vi oftere snakket i munnen på hverandre, og det ble vanskeligere å etablere en naturlig samtaleflyt. I tillegg var det vanskeligere å plukke opp ikke-verbale signaler. Etter hvert som flere intervjuer ble gjennomført, og jeg fikk erfaring med intervjusituasjonen, ble det enklere å legge til rette for en god samtalerytme i videointervjuene.

4.3 Gjennomføring av pilotstudie

Jeg gjennomførte to pilotstudier før jeg startet med rekruttering av informanter til hovedstudien. Den første pilotstudien gjorde jeg dels for å teste problemstillingen min, dels for å se hvordan intervjuguiden fungerte. Den andre pilotstudien gjorde jeg først og fremst for å teste en revidert problemstilling, samt for å prøve ut et nytt metodisk design. Begge ble rekruttert strategisk fordi de lyttet til nyhetspodkaster og befant seg i aldersgruppen 20-29 år. I den første pilotstudien gjennomførte jeg kun et semistrukturert intervju med informanten. På dette stadiet var forskningsspørsmålene knyttet til hvorfor og hvordan unge voksne bruker nyhetspodkaster som del av hverdagslivet, og *ikke* for å forstå nyhetspodkastenes rolle i nyhetsdietten deres. Intervjuet med informanten ga svar på hvordan hun brukte nyhetspodkaster, men det var vanskeligere å komme frem til hvorfor hun brukte dem. Det var også problematisk for informanten å huske når hun faktisk lyttet til nyhetspodkaster og hva hun gjorde mens hun lyttet. Siden det kan være vanskelig å beskrive mediebruk retrospektivt, fikk jeg ideen om at mediedagbok kunne være et nyttig verktøy å ta i bruk og referere til dersom informanten ikke klarte å svare på ulike spørsmål knyttet til kontekster for bruk.

Den første pilotstudien fikk meg til å innse at det kan være komplisert å forklare hvorfor folk bruker et medium. Samtidig virket det mer interessant å undersøke *hvordan* nyhetspodkaster inngår i unge voksnes hverdagsliv og hvilken funksjon podkastene har i unge voksnes nyhetsdiett. Utfallet av det første pilotintervjuet ble derfor at jeg endret både problemstilling og forskningsspørsmål. De nye forskningsspørsmålene lød som følger: «hvordan inngår nyhetspodkaster i hverdagslivet til unge voksne?» og «hvordan inngår nyhetspodkaster i unge

voksnes nyhetsrepertoar?» I tråd med nye forskningsspørsmål satt jeg sammen et nytt metodisk design bestående av dagbok, spørreskjema og dybdeintervju.

I den andre pilotstudien fylte informanten ut dagbok og spørreskjema i forkant av det semistrukturerte intervjuet. Som følge av strenge smittevernstiltak i forbindelse med covid-19-pandemien på dette tidspunktet regnet jeg med at alle intervjuene måtte gjennomføres digitalt over videosamtale. Derfor var det nyttig å gjøre seg erfaringer med digitale intervjuer. Erfaringen med pilotstudien var at kombinasjonen av innsamlingsmetoder ga et godt datagrunnlag for å besvare forskningsspørsmålene. Mediedagboken var et viktig supplement til det semistrukturerte intervjuet. For det første ga mediedagboken en oversikt over de ulike nyhetspodkastene informanten tok i bruk i løpet av en uke, om vedkommende brukte mye eller lite nyhetspodkaster. For det andre kunne jeg stille spørsmål om konkrete lytteøkter fra mediedagboken dersom informanten ikke husket selv.

Spørreskjemaet fanget opp nyhetsrepertoaret til informanten på oversiktlig vis, som gjorde at jeg kunne forstå nyhetspodkastenes funksjon som nyhetsmedium. Intervjuet fungerte godt for å nyansere datamaterialet fra dagbok og spørreskjema, spesielt informantens oppfatninger av nyhetspodkasters relative betydning som nyhetsmedium. Intervjuet begynte med at informanten fortalte om nyhetsbruken sin i løpet av en vanlig dag. Deretter stilte jeg oppfølgingsspørsmål knyttet til informantens ulike nyhetsbrukspraksiser og spesielt hvilken rolle nyhetspodkastene hadde for nyhetsbruken. Spørsmålene om dette ble besvart med letthet, samtidig som informanten fulgte opp med lengre beretninger om ulike situasjoner nyhetspodkaster ofte ble brukt i. For eksempel fortalte hun at hun primært hørte nyhetspodkaster i forbindelse med offentlig transport, og at hun brukte mindre nyhetspodkaster i perioder hvor hun var mer hjemme. Med utgangspunkt i svarene på spørreskjemaet stilte jeg oppfølgingsspørsmål til informantens viktigste kilder til nyheter, som hvordan og når på dagen disse ble brukt, i tilfeller der jeg så det nødvendig. Samtidig ga intervjuet rom for lengre og mer nyanserte beretninger om konkrete nyhetsbrukspraksiser. Eksempelvis sjekket hun primært overskriftene i nettavisene på mobilen, men leste en sjelden gang gjennom nyhetssaker i sin helhet. Ved å høre nyhetspodkasten *Forklart* synes hun derimot det var enklere å få med seg mer bakgrunnsinformasjon om et større utvalg av nyhetssaker, selv om hun også her var selektiv i utvalget av episoder. Totalt sett ga kombinasjonen av spørreskjema, mediedagbok og intervju et helhetlig bilde av nyhetspodkastenes rolle i informantens hverdagsliv og nyhetsdiett. Ifølge

informanten tok det om lag en time og førti minutter å gjennomføre mediedagbok, spørreskjema og intervju. Selv om informanten påpekte at det var interessant å bidra, innså jeg at forskningsopplegget var krevende i en ellers travel hverdag. Derfor fikk jeg på plass økonomiske insentiver for å øke sannsynligheten for at informantene gjennomførte alle delene av opplegget på tilstrekkelig vis.

4.4 Rekruttering av informanter

I rekrutteringsprosessen var jeg på utkikk etter personer i alderen 20 til 29 år som lyttet til minst én nyhetspodkast i uken. Podkastbruk er utbredt i Norge og bortimot en tredjedel av befolkningen lytter til podkast ukentlig. Selv om unge voksne er aldersgruppen som lytter mest til podkaster, også når det gjelder podkaster om nyheter og politikk (Moe og Sakariassen, 2018, s. 20), er det langt færre av dem som lytter til nyhetspodkaster ukentlig. Dette hadde jeg i bakhodet da jeg planla rekrutteringen til prosjektet. Med til dels strenge kriterier til deltakelse var det hensiktsmessig å gjøre et strategisk utvalg av informanter. Informantene ble derfor rekruttert gjennom venner og bekjente av personer i min utvidede omgangskrets. Jeg kontaktet nære og perifere bekjente om de kjente noen som passet til kriteriene, og som kunne tenke seg å delta i forskningsprosjektet. Deltakerne kunne imidlertid ikke være bekjente av meg. For å gjøre det enkelt for dem utformet jeg et kort informasjonsskriv de kunne sende til personer de vurderte som aktuelle. I informasjonsskrivet opplyste jeg om at informantene ville motta en godtgjørelse på to hundre kroner for å delta i prosjektet. Deretter tok jeg kontakt med potensielle deltakere på e-post, telefon og over sosiale medier. Innledningsvis rekrutterte jeg alle som oppfylte kriteriene, men etter hvert stilte jeg strengere krav til informantenes kjønn, alder, utdanningsnivå og sysselsetting for å sikre et demografisk diversifisert utvalg. Etter at jeg hadde etablert kontakt med potensielle forskningsdeltakere mottok de samtykkeerklæring (vedlegg 4), en lenke til den elektroniske mediedagboken, spørreskjemaet og en lenke til Zoom-intervjuet på en avtalt dato. De ble også opplyst om at det ikke ville være mulig å identifisere dem i selve forskningsrapporten.

Sent i desember trakk en informant seg fra studien, som raskt ble dekket inn igjen i løpet av januar. I midten av mars var jeg i kontakt med en ny informant for å oppnå et enda mer balansert utvalg med tanke på kjønn og utdanningsnivå. Intervjuene frem til dette tidspunktet bar preg av gjengående temaer og jeg konkluderte med at metning sannsynligvis var oppnådd. Jeg kom

derfor frem til at en ekstra informant ikke var nødvendig, og brukte heller tiden på transkripsjon og analyse av gjennomførte intervjuer.

4.5 Utvalg

Siden ideen om prosjektet sprang ut fra et ønske om å undersøke en form for nyhetsformidling som virker å treffe de digitalt oppvokste, var det naturlig at jeg valgte unge voksne som målgruppe. Utvalget består av elleve personer mellom 21 og 29 år (tabell 1). Fem av informantene er kvinner, mens seks av dem er menn. Blant disse er seks studenter og fem i arbeidslivet. For å undersøke mønstre i bruken av nyhetspodkaster på tvers av individuelle forskjeller etterstrebet jeg et heterogent utvalg, fordi dette kan indikere at flere personer har en felles erfaring med omgangen av nyhetspodkaster (Gentikow, 2005, s. 79). Siden folk med ulik sysselsetting, utdanningsnivå og sosial bakgrunn benytter seg av nyheter på ulikt vis, var det hensiktsmessig med en variert sammensetning av informanter. Det var imidlertid vanskelig å finne folk med lavere utdanning som lyttet til nyhetspodkaster ukentlig, som gjør at utvalget er noe høyere utdannet enn det som er representativt for denne aldersgruppen. Likevel var det nyttig å ha et mangfold av ulike hverdager å undersøke, derfor var halvparten av informantene i jobb og resten studenter. Alle informantene er tildelt pseudonymer.

Tabell 1: Informantutvalg

Informant	Alder	Sysselsetting	Bruker		Nyhets- interesse
			nyhetspodkaster	Viktigste nyhetskilde	
Kaia	22	Student	Flere ganger daglig	Podkast	Litt
Nora	24	Student	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra aviser	Svært
Inga	26	Jurist	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra aviser	Litt
Ella	24	Student	Flere ganger daglig	Nettsider/apper fra aviser	Ekstremt
Hedda	26	Sosionom	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra aviser	Litt
Terje	29	Student	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra TV- og radioselskaper	Svært
Thomas	28	Revisor	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra aviser	Svært
Espen	21	Student	Flere ganger i uken	Nettsider/apper fra aviser	Svært
Lasse	22	Forsvaret	Flere ganger i uken	Nyhetsprogrammer eller sendinger på TV	Svært
Markus	24	Student	Flere ganger daglig	Podkast	Svært
John	26	Journalist	Flere ganger daglig	Nettsider/apper fra aviser	Svært

4.7 Transkripsjon og analyse

I denne delen vil jeg først gjennomgå hvordan datamaterialet ble behandlet og analysert, før jeg gjør rede for hvordan analysen er utformet. Etter at alle informantene var ferdig med å fylle ut mediedagbøker og spørreskjemaer, ble datamaterialet samlet i to tabeller. Dermed hadde jeg god oversikt over de ulike informantenes bruk, samt kontekster for bruk, av nyhetspodkaster, og de viktigste empiriske indikatorene for beskrivelsen av nyhetsrepertoarene til informantene. Dermed ble det enklere å analysere og sammenlikne datamaterialet på tvers av informanter. Etter at hvert enkelt intervju var gjennomført og spilt inn som lydopptak, ble lydfilene transkribert. Deler av intervjuene som ikke var relevante for studiens formål ble utelatt fra transkripsjonene for å begrense datamaterialet. I transkripsjonene noterte jeg tidsrom og tema for delene av intervjusamtalen som ble utelatt, som gjorde delene enkle å finne tilbake til ved behov. Intervjuene er transkribert ordrett i talespråkstil, og gjengir dermed latter, pauser og pauselyder. Dette var særlig verdifullt i tilfeller hvor informantene viste usikkerhet eller nølte når de uttrykket seg. Opplysninger som kunne bidra til å identifisere informantene, for eksempel hvis de nevnte arbeidsgiver eller studiested, ble anonymisert der de ikke var av særskilt betydning for oppgavens formål.

Av de transkriberte intervjuene gjennomførte jeg en todelt temasentrert analyse (Thagaard, 2018, s. 171). Først undersøkte jeg hvordan informantene beskrev bruk av nyhetspodkaster som del av hverdagen. Denne delen av analysen tok utgangspunkt i datamateriale fra mediedagbøker og dybdeintervjuer. Jeg supplerte med datamateriale fra spørreskjemaundersøkelsen der det var relevant. Deretter analyserte jeg spørreskjema, mediedagbok og intervjuer for å undersøke nyhetspodkastenes plass og funksjon i nyhetsrepertoarene til informantene. Til denne delen av analysen tok jeg utgangspunkt i Hasebrink og Domeyers (2012, s. 760) analytiske rammeverk for medierepertoarer. Jeg valgte ut de empiriske indikatorene fra rammeverket som var mest relevant for å besvare mitt andre forskningsspørsmål, og utelot indikatorer som var relevant til medierepertoarer på andre måter. Arbeidet med nyhetsrepertoarene kulminerte i en personsentrert analyse av to informanters nyhetsrepertoarer. Siden det helhetlige perspektivet i den repertoarbaserte tilnærmingen innebærer en stor mengde informasjon, var en personsentrert analyse det mest pragmatiske for å svare på oppgavens forskningsspørsmål. Dette gjorde det mulig å sammenlikne hvordan nyhetspodkaster inngår i to forskjellige nyhetsrepertoarer, for å

illustrere forskjeller og likheter i hvordan nyhetspodkaster brukes som en kilde til nyheter. For å identifisere og beskrive lytting til nyhetspodkaster som en distinkt praksis for nyhetsbruk i lys av andre brukspraksiser for nyheter, la jeg til grunn Couldrys teoretiske rammeverk for praksisteori (2011, s. 217).

Den temasentrerte analysen av intervjuene ble gjennomført i to runder ved hjelp av programvaren NVivo 12. Transkripsjonene ble først kodet deskriptivt ved å lete etter konkrete setninger som kunne knyttes til oppgavens to forskningsspørsmål. Etter den innledende runden med koding ble kategoriene delt inn i underkategorier knyttet til de to forskningsspørsmålene. Kodene knyttet til hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne ble delt inn i fire forskjellige underkategorier: (1) utsagn om podkastmediets verdi og funksjon i hverdagslivet, (2) utsagn om nyhetspodkastenes verdi og funksjon i hverdagslivet, (3) kontekster for lytting til nyhetspodkaster og (4) vaner for lytting til nyhetspodkaster. Kodene knyttet til hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes nyhetsrepertoarer ble delt inn i fem forskjellige underkategorier: (a) hyppighet for bruk av nyhetsmedier, (b) grad av selektivitet knyttet til nyhetspodkastene, (c) funksjonen til viktigste nyhetskilde, (d) selektivitet knyttet til viktigste nyhetskilde og (e) grad av integrasjon i hverdagslivet.

4.8 Etiske vurderinger

For studiens formål var det ikke nødvendig å samle inn eller behandle sensitive personopplysninger. Som del av den tredelte datainnsamlingen ble personopplysninger om informantene likevel samlet og bearbeidet, deriblant navn, alder, e-postadresse og telefonnummer. Da de fylte ut den digitale mediedagboken ble det også lagt igjen en IP-adresse som knyttet dem til svarene de fylte inn i skjemaet. Av den grunn var jeg nødt til å gjøre noen etiske vurderinger av hvordan denne informasjonen ble behandlet. Først og fremst har informantens navn blitt erstattet med unike informantnøkler i alle dokumenter. De respektive informantnøklerne benyttes i dokumenter med svar fra mediedagbøker og spørreskjema, lydfiler fra intervju og dokumenter med transkribert intervju. Dette gjorde det umulig for andre enn meg å knytte informantene til datamaterialet. De personlige opplysningene ble oppbevart sammen med informantnøklerne i et passordbeskyttet dokument i tråd med Universitetet i Bergens forskrifter. Informantene ble tildelt pseudonymer i oppgaveteksten og omtales på en måte som ikke gjør det mulig å identifisere dem. Alle deltok i prosjektet på grunnlag av

informert samtykke. De ble tilsendt et samtykkeskjema om hva prosjektet handlet om, hvilke personopplysninger jeg samlet inn og hvordan disse skulle behandles, at det var frivillig å delta og at de kunne trekke seg fra prosjektet når som helst. Forskningsprosjektet ble registrert og vurdert av RETTE i oktober 2020, som er Universitetet i Bergens system for registrering av prosjekter som behandler personopplysninger.

4.9 Metodiske refleksjoner

Den kvalitative metoden er et godt verktøy for å undersøke mediebruk. Likevel har den flere epistemologiske utfordringer. Disse er primært knyttet til reliabilitet, validitet og generaliserbarhet (Gentikow, 2005, s. 56). Med dette vil jeg peke på studiens svakhetstrekk og hvordan den er planlagt for å redusere potensielle feilkilder. En av studiens største svakheter er at jeg har gjort et strategisk utvalg av informanter som lytter til nyhetspodkaster ukentlig. Dette impliserer at nyhetspodkastene antakeligvis spiller en viktigere rolle i nyhetsrepertoarene til informantene enn for unge voksne ellers. Et annet spørsmål er hvorvidt jeg, eller en annen forsker, ville fått de samme resultatene hvis jeg gjennomførte datainnsamlingen i dag eller om tre måneder (Kvale og Brinkmann, 2015, s. 276). Informantene ble intervjuet i desember 2020, og januar-februar 2021. Viktige faktorer som kan ha påvirket informantenes mediebruk er covid-19-situasjonen og potensielle sesongbaserte variasjoner i mediebruken. Derfor kan det stilles spørsmål til om uken da informantene fylte ut mediedagbok gir et riktig bilde av podkastbruken deres, spesielt siden flere av informantene ble intervjuet tett opp til juleferien. Ved å kartlegge podkastbruken over et lengre tidsrom eller ved at informantene gjentok føringen i dagbok på et annet tidspunkt ville jeg antakeligvis fått et datamateriale som lå tettere opp til den faktiske bruken. Ulempen med en mediedagbok er også at den kan påvirke atferden som informantene er bedt om å beskrive (Bryman, 2012, s. 240). Siden de er oppfordret til å skrive dagbok om podkastene de hører på, kan det tenkes at de er mer bevisste på podkastbruken sin i denne perioden, og lytter mer. For å ta høyde for dette i intervjuene fikk informantene reflektere over perioder med mindre eller mer bruk, og hvordan endringer i hverdagen påvirket podkastbruken deres. Blant annet spurte jeg dem om bruken av nyhetspodkaster hadde forandret seg i forbindelse med endrede omstendigheter som følge av covid-19-situasjonen eller eksamensperioden, og på hvilken måte, som også kommer frem i analysen der det er relevant.

Studiens validitet kommer an på hvorvidt metodene jeg benytter meg av på nøyaktig vis klarer å belyse de aspektene ved podkastbruk jeg ønsker å undersøke (Kvale og Brinkmann, 2015, s. 276). Det er umulig å garantere for at det informantene sier er sant, men det mest pragmatiske her er å legge til grunn at det de sier er korrekt (Gentikow, 2005, s. 68). Mediebruken er ikke alltid gjennomtenkt, den er ikke alltid målrettet og i de fleste tilfeller er mediebruken en så inngrodd del av hverdagen at det kan være vanskelig å skildre den (Markham, 2017, s. 10). Når informantene må beskrive fenomener de ikke nødvendigvis har tenkt over tidligere, kan det tenkes at informantene gir svar på spørsmål for å fremstå som fornuftige. Det er også viktig å påpeke at det informantene har svart i spørreskjema, mediedagbok og intervju ikke er objektive uttrykk for virkeligheten. Studien baserer seg på informantenes beskrivelser av hvordan de bruker nyhetspodkaster som et nyhetsmedium i relasjon til andre nyhetsmedier, og hvordan de bruker nyhetspodkaster i hverdagen. Siden analysen av datamaterialet tar utgangspunkt i min tolkning, involverer den nødvendigvis en grad av subjektivitet. Selv om datamaterialet gir rom for tolkning, er tolkningsrommet i beskrivelser av hverdagslivet og nyhetsbruk noe begrenset. Det kan derimot tenkes at jeg tillegger podkastene større betydning for hverdagslivet og nyhetsbruken til informantene, siden jeg aktivt leter etter mønstre i bruken deres. Derfor måtte jeg være åpen og nysgjerrig i møte med informantenes bruk av podkast, og spesielt i analysen av intervjuene, for å minske faren for at jeg i realiteten bekreftet sammenhenger jeg selv ønsket å se. På grunn av dette gjorde jeg en omfattende tematisk analyse av informantintervjuene i to omganger for å sørge for at jeg ikke overså enkelte funn til fordel for andre.

Til slutt vil jeg understreke at utvalget i studien er ikke stort nok til å generalisere funnene til å gjelde unge voksne generelt. Som Gentikow (2005, s. 164) påpeker, bør dette heller ikke være målet med studier som beror på kvalitative metoder. Formålet er snarere å gi ny og nyansert innsikt om hvordan podkaster brukes i hverdagen og hvordan det fungerer som nyhetsmedium, gjennom en analyse av informantenes konkrete og detaljerte beskrivelser (Gentikow, 2005, s. 164). I dette tilfellet, som med mesteparten av kvalitativ mediebruksforskning, kan kravet om generaliserbarhet tilsidesettes for analytisk kompleksitet.

Kapittel 5 – Hvordan inngår nyhetspodkaster i unge voksnes hverdagsliv?

I dette kapittelet undersøker jeg hvordan nyhetspodkaster er integrert i hverdagslivet til unge voksne. Dette gjør jeg ved å trekke frem hvilken betydning nyhetspodkastene har i hverdagslivet til informantene, hvilke vaner de har tilknyttet lyttingen og hvordan podkastene brukes i ulike kontekster. Som nevnt tidligere, er en av de store fordelene med podkastmediet at det ikke er bundet av tid eller sted i like stor grad som andre medier. Ved å høre podkaster på smarttelefonen har man frihet til å høre hva man vil, når man vil samtidig som man gjør noe annet. Podkaster brukes som regel når kroppen er opptatt, men hodet er fritt for påfyll. Dermed kan podkastmediet integreres i hverdagen på andre måter enn medier som eksempelvis legger beslag på synet.

Kapittelet er delt inn i fire deler. Til å begynne med belyses hvilken betydning podkastmediet generelt og nyhetspodkaster spesielt har i informantenes hverdagsliv. Deretter gir jeg en oversikt over hvordan lyttingen inngår i ulike kontekster i informantenes hverdag. Etter dette fremhever jeg nyansene i hvordan nyhetspodkaster brukes i hjemmet og på farten, og gir eksempler på hvordan de ulike informantene integrerer nyhetspodkaster i disse kontekstene. Helt til slutt ser jeg på faktorer som påvirker hvorvidt informantene lytter til nyhetspodkaster i løpet av en dag eller ei.

5.1 «Jeg får fylt tid som ellers blir bortkastet»

Til å begynne med vil jeg trekke frem hvordan informantene i studien min opplever bruk av podkastmediet generelt, og hvilken verdi bruken av mediet har i hverdagslivet deres. Forståelsen av podkastmediets betydning i hverdagslivet legger også et nyttig fundament for å forstå hvordan nyhetspodkaster brukes.

Selv om informantene har ulike motiver for å bruke podkaster, enten det er for å bli underholdt eller for å holde seg oppdatert på nyheter, er det særskilt ett tema som går igjen: Podkastmediet lar dem utnytte tiden sin bedre mens de gjør en annen aktivitet, og gjerne en aktivitet som ikke krever så mye oppmerksomhet eller koordinasjon. Som beskrevet i kapittel tre, finner Perks og Turner to former for multitasking blant podkastlyttere: *feeding the brain* og *temptation bundling*

(Perks og Turner, 2019, s. 114). Begge formene for multitasking handler til dels om å utnytte tiden sin bedre, men er knyttet til ulike motiver for lytting. Mens *feeding the brain* handler om å utnytte tiden sin bedre ved å tilegne seg ny kunnskap mens man gjør noe mer eller mindre tankeløst, handler *temptation bundling* om å lytte for å motivere seg selv til å gjennomføre kjedelige aktiviteter eller gjøremål i hverdagslivet (Perks og Turner, 2019, s. 114). I denne delen undersøker jeg hvordan podkastmediet benyttes i lys av disse to formene for multitasking, samtidig som jeg peker på funn som faller utenfor disse begrepene.

Som Perks og Turner (2019, s. 105) påpeker, er muligheten til å lytte mens man gjør andre ting en vesentlig dimensjon ved podkastbruk. Informantene i studien min gir også uttrykk for at dette er en viktig del av opplevelsen med å bruke mediet. Informant Nora betrakter podkaster som «[...] underholdning mens jeg gjør noe annet», mens Hedda setter pris på at «[...] det er så lett å gjøre andre ting samtidig». Selv om de setter pris på innholdet i podkastene, er det avgjørende for informantene at de kan kombinere lyttingen med aktiviteter og gjøremål i hverdagen. Det er svært sjeldent at informantene lytter til podkaster uten å gjøre noe annet samtidig.

Thomas hører flere forskjellige podkaster i løpet av uken, og hører stort sett nyhetspodkastene *Forklart* og *Oppdatert* når han går til og fra jobb. Podkastmediets verdi er blant annet at han kan kombinere det med en rekke andre aktiviteter:

«Jeg hører gjerne podkaster mens jeg går fra a til b eller gjør ting, sånn type husarbeid, lager mat eller trener [...] så det er egentlig for å gjøre noe produktivt når en ellers ikke gjør noe.»

For Thomas handler podkastlytting i størst grad om å fore hjernen, *feeding the brain*, med nyheter eller økonomistoff mens han beveger seg mellom steder han skal i hverdagen, selv om han en gang iblant lytter til underholdningspodkaster. Siden podkastene gjør at han kan lære nye ting eller holde seg oppdatert på nyheter mens han gjør noe annet, er lyttingen et produktivt supplement til det han gjør i hverdagen. Aktivitetene han kombinerer med podkastlytting er nyttige i seg selv, og ikke minst helt nødvendige for hverdagens fremdrift. Likevel uttrykker Thomas et ønske om å utnytte tiden i disse situasjonene enda bedre for å være *mer* produktiv. Selv om han gjør noe nyttig og nødvendig, som å gå til jobb, gir han uttrykk for at det i seg selv

ikke er tilstrekkelig. Til tross for at lyttingen stort sett skjer mens han gjør andre ting, er han som regel fokusert på innholdet i podkastene. Det hender han faller ut fordi han tenker på andre ting, men da skrur han gjerne på musikk i stedet.

Informanten John opplever lytting til podkast som verdifullt fordi det lar ham utnytte tiden sin bedre, men også fordi lyttingen gjør hverdagslige gjøremål mindre kjedelige. Han er 26 år, er journalist og bor alene på et tettsted. For ham har nyhetspodkastene *Forklart*, *Aftenpodden*, *Nokon må gå* og *Dagsnytt 18* blitt et fast innslag i hverdagen, i tillegg til at han bruker mye tid på underholdningspodkaster og podkaster om kultur. Podkastlyttingen beriker tiden han bruker på 'obligatoriske' gjøremål i hverdagen:

«Det kan jo være kjedelig å stå på et kjøkken og lage mat. Så da har jeg jo noe på øret som gjør det mindre kjedelig [...] Da får jeg få fylt tid som ellers blir bortkastet.»

Johns bruk av podkaster er et eksempel på *temptation bundling*. Samtidig som han lager mat kan han lære nye ting, koble av, holde seg oppdatert eller bli underholdt gjennom podkastene han hører på. På den måten blir kjedelige gjøremål i hverdagslivet mer lystbetonte ved å kombinere dem med podkastlytting, også når det dreier seg om nyhetspodkaster. Som jeg kommer tilbake til senere, lytter ikke informantene på nyhetspodkaster utelukkende som et middel for å holde seg oppdatert på nyheter. Flere informanter synes at nyhetspodkaster er underholdende, spesielt undersjangeren diskusjonspodkaster, og at middelet dermed er et mål i seg selv.

De andre informantene har det på samme måte som John, de kombinerer podkastlytting med aktiviteter der kroppen utfører et arbeid som ikke krever for mye konsentrasjon, for å utnytte tiden i hverdagen bedre. Også Espen gir uttrykk for følelsen av å 'kaste bort' tid i ulike hverdagslige situasjoner. Han begynte eksempelvis å lytte til podkast for å gjøre den lange reiseveien til skolen mer interessant:

«Jeg synes ofte det er veldig kjedelig å komme meg til steder. Sånn da jeg gikk på videregående var det bare dritkjedelig å sitte på offentlig transport og skulle komme seg til skolen. Og da var [podkastlytting] jo noe som skjedde mens jeg gjorde det kjedelige da.»

Lyttingen til Espen er i stor grad motivert av at han kjeder seg mens han beveger seg mellom steder. For å gjøre tiden han brukte på offentlig transport mindre kjedelig, lyttet Espen først til *Radioresepsjonen*, men de siste årene har det blitt mer nyhetspodkaster. I dag hører han fast på *Giæver og gjengen*, en nyhetspodkast som gir ut nye episoder hver ukedag. Mesteparten av tiden bruker han likevel på underholdningspodkaster. Podkastbruken for ham er stort sett en form for *temptation bundling*, siden han kombinerer noe han liker å gjøre med en aktivitet han ikke liker.

Informanten John peker på en liknende dynamikk, da han for to år siden begynte å gå en del tur med podkaster på øret. Podkastene gjorde det lettere for ham å motivere seg selv til å gå tur, og han tror ikke han hadde gjort det hvis det ikke var for podkastlyttingen. Samtidig påpeker han at han heller ikke hører podkaster uten å gjøre noe annet samtidig. Det er en viktig dynamikk her, hvor det å gå tur med podkast på øret blir en ny aktivitet, til forskjell fra det å bare gå på tur uten å lytte. Ikke bare får han bevegelse og frisk luft, han kan også underholdes, tilegne seg ny kunnskap eller holde seg oppdatert på samfunnet rundt seg mens han går tur. Lyttingen gir ny betydning til det å gå tur, samtidig som lyttingen får betydning av konteksten han lytter i. Hver for seg er ikke motivasjonen til å gå tur eller høre podkast nok i seg selv, det er kun når aktivitetene kombineres at John har tilstrekkelig med motivasjon for å gjennomføre dem. Multitasking handler altså ikke bare om å utnytte tiden sin bedre ved å være produktiv, men også at man gjør ting som man ellers ikke ville gjort fordi man kan kombinere aktiviteter med podkastlytting. Dette er kjernen i multitasking som skjer i form av *temptation bundling*, hvor man lytter til podkaster for å motivere seg selv til å gjøre en må- eller bør-aktivitet. Det finnes også tilfeller av podkastbruk som ikke kan forstås i lys av begrepene *feeding the brain* eller *temptation bundling*. Som informant Markus påpeker:

«Broren min legger puslespill, og det er jo liksom ikke så gøy, men det er jo fordi han hører på podkast samtidig ikke sant. Da blir det en sånn behagelig ting å gjøre samtidig som du egentlig konsentrerer deg mest om hva som er på podkasten.»

I dette tilfellet er puslespill en aktivitet som stimulerer synssansen mens han lytter. Markus selv spiller dataspill mens han lytter til podkaster. Han synes det er litt av gleden med å spille, og at det ikke er like gøy uten podkast. Dermed gir lyttingen ny betydning til det å spille data eller pusle puslespill. Som i tilfelle med John, som gikk tur med podkast på øret, handler lyttingen

mer om kombinasjonen av lytting med en annen aktivitet enn lyttingen og aktiviteten hver for seg.

Inga er en av de ivrigste podkastlytterne blant informantene, men bruker mesteparten av tiden på podkaster som ikke handler om nyheter. Likevel hørte hun fem episoder av nyhetspodkasten *Forklart* i løpet av uken hun førte mediedagbok. Når hun er hjemme liker hun å slappe av med tv-serier, men trekker frem et viktig aspekt ved podkastmediet som gjør at bruken kan integreres i hverdagen på en annen måte:

«I og med at det kun er lyd, så blir du litt mer fri i forhold til serier og dokumentarer i bildeformat, da er du jo litt avhengig av en skjerm mens nå [med podkast] kan man liksom [...] kjøre bil eller jeg kan sminke meg eller jeg kan gå tur med hunden eller jeg kan trene. [...] Det er liksom lyd man kan høre på samtidig som man kobler av og ikke trenger å sitte å se og følge så innbitt med på noe».

I motsetning til tv-serier, kan podkastene følge med Inga nærmest hvor eller hva enn hun skal, uten at hun må sette innholdet på pause fordi hun skal på tur med hunden eller lage mat. Podkastmediet er ikke bare beleilig å bruke fordi hun kan lytte mens hun gjør andre ting, men fordi hun kan lytte mens hun bokstavelig talt beveger seg gjennom hverdagen. Når hun er ferdig på jobb setter hun gjerne på en podkast i bilen på vei hjem, som hun fortsetter å lytte til når hun kommer hjem. Hjemme gjør hun seg selv og hunden klar for luftetur, mens hun fremdeles lytter til den samme podkasten, eller en ny, før lyttingen fortsetter ute på tur. Dermed bidrar lyttingen til å gi dagen hennes en rød tråd på tvers av hverdagslivets gjøremål. På denne måten blir hverdagslige aktiviteter og gjøremål beriket av å lytte til podkast, som gir aktivitetene en ny betydning i folks hverdag.

Den røde tråden i informantenes beskrivelser av podkastbruk er samspillet mellom podkastlyttingen og ikke-medierte aktiviteter i hverdagslivet. Informantene opplever at de utnytter tiden i hverdagen bedre ved å tilegne seg ny kunnskap mens de gjør noe annet eller fordi lyttingen gjør kjedelige aktiviteter gøyere. Dette samsvarer med funnene i studien til Perks og Turner (Perks og Turner, 2019), samtidig som enkelte funn nyanserer multitasking-aspektet ved podkastbruk. Lyttingen fungerer ikke bare som motivasjon til å gjennomføre gjøremål og aktiviteter som ikke er særlig lystbetonte, det gir også lystbetonte hverdagsaktiviteter en ny

dimensjon. Dynamikken mellom podkastlyttingen og aktiviteten de involverer seg i samtidig som de lytter er avgjørende for podkastbruken.

5.2 Podkaster er en beleilig, effektiv og engasjerende vei til nyheter

Mens forrige delkapittel handlet om podkaster generelt, handler det følgende delkapittelet om hvordan informantene beskriver og opplever nyhetspodkastenes verdi og funksjon i hverdagen deres. Verdien nyhetspodkastene har for informantenes liv kan best forstås ved å belyse kvaliteter ved de respektive nyhetspodkastene. På denne måten kan vi forstå hva nyhetspodkastene betyr for dem, og hvorfor de integreres i hverdagslivet deres til å begynne med. Med utgangspunkt i hvordan nyhetspodkastene er beskrevet av informantene i dybdeintervjuene, har jeg funnet frem til ulike kvaliteter ved nyhetspodkaster som gjør det til en beleilig, effektiv og underholdende vei til nyheter. Flere av disse kvalitetene henger sammen med kontroll over lytteropplevelsen, multitasking og det sosiale aspektet ved bruk av podkastmediet, som jeg beskrev i kapittel tre. Som jeg også kommer inn på i teksten, henger flere av disse aspektene sammen med og flyter til dels over i hverandre. Mens informantene trekker frem forskjellige kvaliteter som gjør at de ulike nyhetspodkastene er engasjerende og har underholdningsverdi, er det større enighet om hva som gjør at nyhetspodkaster er beleilige og effektive.

5.2.1 Beleilig og effektiv vei til nyheter

Siden nyhetspodkaster med enkelhet kan lyttes til mens man gjør andre ting, er det et beleilig nyhetsmedium som kan brukes i mange ulike situasjoner. Som informanten John påpeker, kan du bli «[...] oppdatert på en sak mens du pusser tenner». For Kaia har nyhetspodkastene *Forklart*, *Aftenpodden*, *Dagsnytt 18* og *Oppdatert* blitt en viktig måte å følge med på samfunnet rundt seg på. Hun er en av to informanter som oppgir podkast som sin viktigste kilde til nyheter. Nyhetspodkastene lytter hun til fordi hun leser lite nyheter i nettaviser, men også fordi hun kan konsumere nyheter samtidig som hun gjør andre ting samtidig:

«Jeg tror det har noe med at det er mulig å multitask. Hvis du leser [nyheter] så er det du gjør, mens hvis jeg kan høre, kan jeg gjøre andre ting som å rydde eller lage mat. Det er litt mer effektivt».

Som Kaia påpeker, er nyhetspodkaster beleilige i bruk på tvers av hverdagens mange gjøremål. Dermed får hun gjort flere ting samtidig som hun lytter, som gir henne en opplevelse at hun utnytte tiden sin mer effektivt. Hun trekker også frem en egen form for effektivitet som handler spesifikt om nyhetspodkaster. Ved å høre nyheter mens hun gjør ulike aktiviteter i hverdagslivet som hun uansett må bruke tid på, gjør hun ikke bare to ting om gangen, hun kan også bruke mindre tid på å få med seg nyheter på andre måter. Lyttingen motiveres av ønsket om å utnytte tiden i hverdagen bedre, samtidig som hun «sparer» tiden hun potensielt ville brukt på å få med seg nyheter gjennom andre medier. Informanten Nora synes også nyhetspodkaster er en effektiv vei til nyheter. Hun setter pris på at nyhetspodkasteren *Forklart* har så korte episoder og påpeker at de gir henne mye informasjon på kort tid. Siden episodene varer i rundt femten minutter kan hun presse lyttingen inn i en rekke situasjoner i hverdagen, selv aktiviteter som ikke tar så lang tid. På kort tid kan hun sette seg inn i en sak når hun bruker offentlig transport eller tar oppvasken.

Det er ikke bare fordi podkaster er beleilige å kombinere med aktiviteter og gjøremål, som gir informantene opplevelsen av å utnytte tiden sin bedre, at podkaster er en effektiv kilde til nyheter. Flere informanter påpeker at forståelse og dybdekunnskaper i enkelte tilfeller kan være tid- og energikrevende å opparbeide seg ved å lese nyhetsartikler i nettaviser:

«I stedet for å lese fire artikler skrevet på fire ulike tidspunkter så kan du høre én podkast også får du all den informasjonen og litt til, og veldig grundig, fint framstilt.»

Podkastene fremstiller nyhetssaker på en måte som gjør at informantene fort kan sette seg inn i en nyhetssak, uten at de må kunne noe fra før. Kaia påpeker at *Forklart* velger ut de viktigste sakene i nyhetsbildet så hun slipper å gjøre det selv. Flere påpeker også at de i noen tilfeller får en bedre forståelse av nyhetssakene som presenteres eller diskuteres i podkastene. Espen hører eksempelvis nesten alle episodene av diskusjonspodkasteren *Giæver og gjengen*, som gir ut episoder på om lag femten minutter hver ukedag. Han synes det er lettere å gjøre seg opp meninger om saker i nyhetsbildet når han hører andre diskutere dem enn når han leser om sakene i nettaviser. Podkasteren gir ham en bedre forståelse av politisk nyhetsstoff spesielt:

«Det er deilig å høre folk som har peiling på amerikansk politikk forklare det til deg og fortelle hva de synes om det da. Å lese en tung artikkel i Aftenposten om dette så må man gjøre seg selv opp så mange meninger om det, det er deilig at noen forklarer det. Da forstår jeg bedre.»

Vertene i diskusjonspodkasten *Giæver og gjengen* består av politiske kommentatorer i VG. Panelet i podkasten drøfter ulike nyhetssaker på en måte som gjør det lett for Espen å ta stilling til hvor han selv står i de ulike sakene. Dette er en kvalitet som flere informanter peker på som positivt med nyhetspodkastene, spesielt blant podkastene som tilhører undersjangeren diskusjonspodkaster. På lik linje med Espen, setter John pris på å høre fra dyktige journalister som diskuterer nyheter. Han hører på diskusjonspodkastene *Aftenpodden* og *Nokon må gå*, som har episoder på 40 til 50 minutter og kommer ut én gang i uken. Han synes det er interessant og nyttig å høre folk som jobber med nyheter hver dag, og som gjerne har god innsikt i politiske prosesser diskutere politikk og ulike nyhetssaker som preger nyhetsbildet. Samtidig setter han pris på diskusjonspodkastenes bak-kulissene-perspektiv på nyhetssakene de diskuterer.

I likhet med Espen og John påpeker flere informanter at de setter pris på diskusjonspodkastenes gode analyser og diskusjoner om temaer de interesserer seg for. Kaia synes at podkastvertene i *Aftenpodden* har mange gode poenger og at de er gode på å belyse saker fra ulike sider, men påpeker at hun nødvendigvis ikke er enige i alt podkastvertene mener. Nora hører primært på nyhetspodkastene *Oppdatert* og *Forklart*, hvor hver episode gjør et dypdykk i en spesifikk sak eller tema. Hun trekker frem podkastenes evne til å legge frem nyhetssaker på en oversiktlig måte. Nyhetspodkastene beskriver ikke bare «[...] ‘dette her skjedde’, men har diskusjoner rundt hva som har skjedd, hva dette kan bety, slik at de litt større linjene kan bli dratt». Dette gjør at hun bedre forstår hvilken betydning den aktuelle nyhetssaken har for samfunnet. Flere informanter trekker også frem at alle de ulike nyhetspodkastene, og spesielt *Forklart* og *Oppdatert*, gir dem et dypere innblikk i saker enn de får gjennom en vanlig nyhetsartikkel. Dette er en særskilt viktig kvalitet ved nyhetspodkastene som jeg kommer nærmere inn på i kapittel seks, som også er noe som gjør podkaster til en effektiv nyhetskilde. Selv om nyhetspodkastene informantene hører på er ulike hva gjelder form og innhold, har nyhetspodkastene til felles at de legger frem eller drøfter nyheter på en måte som gjør det lettere å forstå. Dermed er nyhetspodkastene effektive fordi de gir informantene et dypere innblikk i, og en bedre forståelse av, saker i nyhetsbildet, samtidig som informantene får gjort andre ting i hverdagen.

5.2.2 Underholdende og engasjerende vei til nyheter

Det siste aspektet ved nyhetspodkastene handler om at informantene synes podkastene har en viss underholdningsverdi. Selv om podkastene ikke er underholdende nok til at de setter seg ned og lytter på dem uten å gjøre noe annet, betrakter de det som en form for produktiv underholdning mens de gjør andre ting. Nesten halvparten av informantene synes eksempelvis at avishusenes diskusjonspodkaster er underholdende, men også nyhetspodkastene *Politisk kvarter*, *Oppdatert* og *Forklart* har underholdningsverdi for flere informanter. Det som karakteriserer *Oppdatert* og *Forklart* er at de går i dybden på én nyhetssak per episode, og at nyhetssakene presenteres på en fortellende måte med en rød tråd. Podkastene bruker ofte lydlige virkemidler som fortellerstemme, lydklipp fra nyhetssendinger, intervjuer med eksperter eller kilder og bakgrunnslyder for å fremheve poenger eller sette stemningen. Nora, som hører på *Forklart* og *Oppdatert*, synes det «[...] er veldig artig med ulike lydklipp og fortellerstemmer», mens Markus setter pris på at podkastene formidler nyheter på en fortellende måte, og er bygget opp som en historie. Han påpeker også at det er mer engasjerende at et annet menneske presenterer nyheter for ham enn å lese nyheter som tekst:

«Jeg tror at jeg blir glad eller føler en slags nærhet, og at det er en dypt menneskelig greie at det er en menneskestemme som snakker, det er noe som gjør at det blir litt hyggeligere»

Terje setter også pris på den mer levende nyhetsformidlingen *Oppdatert* tilbyr. Han påpeker at det å lytte til nyhetspodkaster «[...] krever litt mindre innsats enn å lese en hel lang sak», ikke bare fordi de kan kombineres med andre aktiviteter, men også fordi de har en viss underholdningsverdi. Det han liker med diskusjonspodkasten *Aftenpodden* er at podkastvertene diskuterer de viktigste nyhetssakene den siste uken med en lettbeint tone, og at det derfor er «en måte å få med seg hva som har skjedd på en litt gøy og avslappet måte».

Informantene trekker også frem menneskene som snakker i podkastene som viktig for underholdningsverdien. Flere påpeker at de synes det er underholdende når vertene diskuterer nyhetssaker. Kaia sier eksempelvis at hun synes det «[...] morsomste er når de diskuterer». Informanten Ella hører både *Aftenpodden* og *Giæver og gjengen*, men påpeker at hun foretrekker *Aftenpodden*. Hun synes sistnevnte har bedre politiske analyser, men trekker også frem andre årsaker:

«Så liker jeg Kjetil Alstadheim fra Dagens Næringsliv, som nå er i *Aftenpodden*, veldig godt. Jeg synes dynamikken mellom de i *Aftenpodden* er morsom, rent sånn politisk og personlig»

Personene i *Aftenpodden* diskuterer nyheter i fullt alvor, men har også en uformell og vennskapelig tone mellom seg mens de prater. I diskusjonene bruker podkastvertene personlige erfaringer, internvitser og snakker sammen slik venner gjerne gjør. Det er denne dynamikken mellom personene i podkasten, i tillegg til de politiske analysene, som gjør at Ella synes podkasten er underholdende. Selv om hun stort sett foretrekker *Aftenpodden*, påpeker hun at fredagsepisodene til *Giæver og gjengen* er enda mer underholdende. Fredagsepisodene er litt lengre, og har et annet format enn episodene som kommer ut resten av uken. Hver fredag inviterer podkastvert Anders Giæver komikeren Thomas Giertsen til å intervju politikere eller fagpersoner i norsk offentlighet. Intervjuene er tidvis uformelle og Giæver og Giertsen har en vennskapelig tone mellom seg. I tillegg synes Ella at Giertsen er skarp og klok, og påpeker at «[...] han stiller spørsmålene som mange politiske kommentatorer legger som premiss». Innsikten som podkastvertene tilbyr har stor betydning for hva de lytter til.

Foruten verdien av innsikten til vertene i podkastene, er det flere informanter som trekker frem den personlige dynamikken mellom vertene som positivt når de lytter til diskusjonspodkastene *Aftenpodden*, *Giæver og gjengen* og *Nokon må gå*. Den uformelle og personlige samtaleformen bidrar til at informantene får et inntrykk av at de kjenner personene som snakker i podkastene. John påpeker:

«Det er jo denne vennefølelsen på en måte, at det er folk du blir litt kjent med som sitter og snakker som venner og så føler du at du er en del av det, så det føles litt sosialt og.»

Måten personene i podkasten snakker til hverandre gir John inntrykk av han kjenner dem. Opplevelsen til John samsvarer med funnene i studien til Perks og Turner (2019, s. 108-110), som påpeker at podkaster i noen tilfeller kan være en vei til parasosiale relasjoner. I enkelte tilfeller kan sterke bånd til podkastvertene resultere at de lytter selv om temaet for episoden er mindre interessant (Perks og Turner, 2019, s. 110). Terje opplever denne dynamikken spesielt når han lytter til *Aftenpodden*:

«[...] det er noe med at du får et forhold til personlighetene som er med i de ulike podkastene. Jeg liker jo Trine Eilertsen for eksempel, derfor synes jeg det er spennende å høre henne snakke om ting.»

Terje antyder at han over tid har utviklet en parasosial relasjon til personene han hører på. Flere informanter som har hørt diskusjonspodkaster over flere år gir uttrykk for dette. Hedda liker for eksempel spesielt godt *Aftenpodden* fordi hun har hørt på den en stund, og «[...] føler at jeg har blitt kjent med dem». Dermed handler ikke lyttingen utelukkende om å sette seg inn i en sak eller følge med på en debatt. Det handler også om at de synes det er spennende å høre hva personer som de over tid har fått en relasjon til mener om ukens viktigste saker. Det motiverer dem til å lytte, samtidig som de opprettholder en parasosial tilknytning til viktige personer i offentligheten. Basert på intervjuene er det tydelig at det i størst grad er personer i diskusjonspodkastene *Aftenpodden*, *Giæver og gjengen* og *Nokon må gå* informantene knytter bånd til. Dette kommer også til uttrykk ved at informantene trekker frem spesifikke personer som er spesielt underholdende å høre på i diskusjonspodkastene. Blant de som lytter fast til *Aftenpodden* trekker nærmest alle frem at de har sansen for podkastvert Trine Eilertsen, både fordi hun har mange gode poenger, men også fordi hun er underholdende å høre på. Hedda synes «[...] hun er veldig gøy», mens John påpeker at han liker «[...] vestlandskheten til Trine Eilertsen, selv om det er hun jeg er minst enig med».

Informantene antyder kun at de knytter bånd til vertene i avishusenes diskusjonspodkaster, og spesielt til personene i *Aftenpodden*. Dette er podkaster de lytter til regelmessig hver uke, og enkelte informanter påpeker at de lytter til episodene nesten med en gang de gis ut. Opplevelsen til informantene samsvarer med studien til Perks og Turner (2019, s. 109), som påpeker at hvorvidt lytterne opplever en slik relasjon avhenger av ulike faktorer. Hvor ofte og regelmessig de lytter til podkasten, måten vertene i podkasten henvender seg til hverandre på og om vertene deler personlig informasjon med lytterne påvirker etableringen av parasosiale relasjoner. Dette kan forklare hvorfor parasosiale relasjoner ikke etableres med vertene i nyhetspodkaster av typen dypdykk i nyhetssaker, som *Forklart* og *Oppdatert*, og de mer formelle debattprogrammene til NRK, som *Politisk kvarter* og *Dagsnytt 18*. Disse følger en strengere struktur og vertene har en mer formell henvendelsesform, som trolig gjør det vanskeligere å knytte bånd til stemmene som snakker. Det er tydelig

5.3 Vaner for lytting til nyhetspodkaster

Følgende delkapittel fokuserer på informantenes vaner for lytting til nyhetspodkaster. For å undersøke nyhetspodkastenes rolle i hverdagslivet til informantene har jeg spesielt fokusert på atferd som gjentas over tid. Siden informantene ble rekruttert fordi de hører minst én nyhetspodkast i uken, har alle informantene en eller flere nyhetspodkaster de lytter til mer eller mindre regelmessig. Informanten som hører mest nyhetspodkaster har hørt 21 episoder av nyhetspodkaster i løpet av uken med mediedagbok, mens den som hører minst på nyhetspodkaster har hørt tre episoder. Fem informanter lytter til nyhetspodkaster nesten daglig. Fire informanter lytter til nyhetspodkaster flere ganger for dagen, mens to informanter lytter flere ganger i uken.

5.3.1 Sporadiske og kontekstspesifikke lyttervaner

Som beskrevet tidligere, setter informantene pris på at de kan høre nyhetspodkaster samtidig som de gjør noe annet, som gjør at lyttingen enkelt kan integreres i flere kontekster på tvers av hverdagen. For enkelte informanter har lyttingen blitt del av vaner som er relativt stabile over tid. For andre informanter er det ikke like tydelige mønstre for når og hvor de lytter til nyhetspodkaster. Selv om de hører spesifikke nyhetspodkaster med jevne mellomrom, er det ikke sikkert de hører dem hver uke. Som informant Inga påpeker:

«Det er litt sporadisk, noen ganger hører jeg dem slavisk en periode også detter jeg kanskje litt ut og så begynner jeg bare en eller annen gang når det kommer en ny episode.»

Det varierer hvor hyppig og rutinemessig nyhetspodkaster brukes av informantene. Likevel har alle informantene et utvalg av kontekster i hverdagen der de regelmessig lytter til nyhetspodkaster, som tyder på at informantene har til dels kontekstspesifikke lyttervaner. Hvilke kontekster dette gjelder varierer naturligvis fra informant til informant. Når jeg spør hvilke situasjoner informant Kaia hører, ser eller leser nyheter i løpet av dagen, svarer hun:

«Egentlig hver gang jeg skal noen steder. Eller sånn typ på morgenen. Hver morgen egentlig så hører jeg på podkast eller musikk da. Det er mye det da. Jeg vet ikke jeg, hver gang jeg lager mat eller noe sånn, hvis det ikke er noen andre hjemme, så hører jeg på musikk eller podkast.»

Hun lytter ofte, enten det er musikk eller podkast. Lytting til nyhetspodkaster skjer primært om morgenen. Om morgenen skjer lyttingen på tvers av kontekster. Først i hjemmet når hun spiser frokost og gjør seg klar for dagen, deretter på vei til universitetet. Det er likevel flere situasjoner i løpet av dagen hun lytter nyhetspodkaster. Som hun påpeker lytter hun til musikk eller podkast hver gang hun skal steder, eller hver gang hun lager mat, hvis ingen andre i kollektivet hun bor i er hjemme.

Som Kaia, har de fleste informantene et utvalg av kontekster hvor de lytter til et utvalg av lydmedier, hovedsakelig musikk og podkast. Hvorvidt de velger å lytte til nyhetspodkaster i disse kontekstene virker å være mer sporadisk, og kommer an på flere ting. Likevel virker det å være noen mønstre for hvor og når nyhetspodkastene lyttes til. I neste delkapittel vil jeg derfor kort gjennomgå hvordan informantene har svart på spørreskjema om kontekster for bruk av podkastmediet generelt, for å gi et overordnet bilde av hvilke situasjoner informantene benytter seg av podkaster i. Deretter vil jeg nyansere hvordan nyhetspodkaster brukes i de ulike kontekstene.

5.3.2 Oversikt over kontekster og situasjoner informantene lytter i

I spørreskjemaundersøkelsen har alle informantene svart på hvilke forskjellige situasjoner de bruker podkaster i, og hvilke av disse kontekstene podkastlyttingen primært skjer i. Det er viktig å påpeke at dette gjelder bruk av podkaster generelt, og ikke er begrenset til bruk av nyhetspodkaster. Formålet er heller ikke å generalisere på vegne av unge voksne, men å peke på tendenser i datamaterialet og få en oversikt over mangfoldet av kontekster for lytting.

Alle elleve informantene hører podkaster når de er hjemme og når de beveger seg fra A til B som myke trafikanter. Ti av dem har svart at de hører podkaster på offentlig transport og i bil, mens åtte av dem trener mens de lytter til podkaster. Hjemme, mens de beveger seg, når de bruker offentlig transport eller kjører bil er altså de vanligste kontekstene for podkastlytting blant informantene. På spørsmål om hvor de oftest lytter til podkaster, svarer seks informanter at de primært hører podkaster i hjemmet, mens to hører primært mens de beveger seg mellom steder som myke trafikanter. To informanter hører oftest podkaster på offentlig transport og én hører mest podkast i bil. Selv om hjemmebruk og lytting på farten er de to viktigste

lytterkontekstene, er det tydelig at podkaster inngår i et mangfold av ulike kontekster i hverdagslivet.

Informantene har også rangert hvor ofte de kombinerer ulike aktiviteter med podkastlytting, med alternativene aldri, månedlig, flere ganger i måneden, ukentlig, flere ganger i uken og daglig. Her er det spesielt fire aktiviteter majoriteten av informantene oftere kombinerer med podkastlytting: når de gjør husarbeid eller gjøremål i hjemmet, mens de lager mat eller baker, mens de beveger seg mellom steder som myk trafikant og mens de gjør seg klar om morgenen. Av informantene som bruker bil regelmessig i hverdagen har podkaster også blitt en del av bilkjøringen, men helst på lengre kjøreturer. De som bor for seg selv hører gjerne podkaster hvis de spiser, mens de som bor med andre personer sjeldent gjør dette. Enkelte informanter har også et tett forhold til å høre podkaster før de legger seg eller mens de handler, mens andre ikke har det. Her er informantene imidlertid veldig delt: halvparten oppgir at de aldri lytter før leggetid eller mens de handler, mens tre informanter gjør det flere ganger for uken.

Det er også tydelig at informantene nesten utelukkende kombinerer podkastlytting med andre aktiviteter. Fem informanter sier at de aldri hører podkaster uten å gjøre noe annet, mens resten av informantene gjør det månedlig eller flere ganger i måneden. Kun én av dem hører podkast daglig uten å gjøre noe annet. Samtidig er det tydelig at podkaster nesten utelukkende lyttes til alene: Syv informanter hører aldri podkaster sammen med andre, mens fire gjør det månedlig. Dette er de grove trekkene som sier noe om hvilke kontekster podkastmediet brukes i. Det sier imidlertid ikke noe konkret om *hvordan* lyttingen er del av informantenes vaner i hverdagslivet. I de to neste delkapitlene vil jeg derfor nyansere og beskrive kontekstene for bruk av nyhetspodkaster mer i detalj.

5.3.3 Lytting til nyhetspodkaster i hjemmet

I spørreskjemaundersøkelsen oppga seks informanter at de oftest hører podkaster hjemme. Også basert på informantenes mediedagbøker er det tydelig at mesteparten av lyttingen skjer i hjemmet og så godt som alltid mens de gjør noe annet. I løpet av uken med mediedagbøkene lyttet informantene til nyhetspodkaster mens de spiste, laget mat, vasket, ryddet, brettet klær, gjorde seg klar for dagen eller før leggetid. En del av lyttingen er knyttet til gjøremål som de innimellom må få gjort, som å vaske, rydde og brette klær, mens mesteparten av lyttingen skjer

i kombinasjon med rutinemessige praksiser og gjøremål, som å spise eller lage mat. Det er likevel mange nyanser i podkastlyttingen som skjer i konteksten av hjemmet og flere faktorer spiller inn på hvor mye og hvordan de lytter i løpet av en dag. På grunn av de store forskjellene i informantenes lytting er det vanskelig å se mønstre i når og hvor informanten lytter til podkaster, men det er likevel et par trekk som går igjen hos flere, spesielt morgenrutinen, og at de sjeldnere lytter til podkaster på ettermiddagen eller på kvelden. Dette gjelder riktignok ikke for alle informantene. Noen er ivrige podkastlyttere og hører hver dag, mens for andre er det en mer sporadisk aktivitet som de engasjerer seg i hvis det passer seg, og hvis de føler for det. Podkaster gjør det lettere å høre nyheter, men er ikke alltid like fristende å engasjere seg i. Gjennom eksemplene under trekker jeg frem nyanser i hva informantene gjør mens de hører på podkaster i hjemmet.

Ella er 24 år og er fulltidsstudent i en stor by. Hun oppgir at hun er svært interessert i nyheter og politikk, og er den av informantene som lytter mest til nyhetspodkaster. I løpet av uken med mediedagbok hørte hun 21 episoder av ulike nyhetspodkaster. Ved å lytte får hun stimulert hjernen gjennom dagen, samtidig som hun kobler av fra verden rundt seg. Det er tydelig at podkastlytting gjennomsyrrer hverdagen hennes både morgen, formiddag og kveld, men hun trekker spesielt frem morgenrutinen sin. Dagen starter med at hun har en avtale med en god venninne om at de skal ringes klokken åtte hver morgen for å sikre seg at de begge er våkne og opprettholder en god døgnrytme:

«Så skravler jeg kanskje med henne i et kvarter til en time, så setter jeg på *Politisk kvarter*, våkner opp, pusser tenner, kanskje spiser frokost og drikker en kaffe først mens jeg hører ferdig den.»

Hun setter pris på å drikke kaffe og høre *Politisk kvarter* før hun går i gang med dagen, samtidig som hun spiller mobilspill for å ha noe å feste blikket sitt på. For henne er morgenen den beste tiden å høre nyhetspodkaster, fordi det er hjernens første sanseintrykk for dagen. Dermed opplever hun at sansene er på sitt mest årvåkne og at «[...] hjernen jobber bedre med stoffet». Foruten å lytte om morgenen, er det flere situasjoner i løpet av dagen der hun ofte hører nyhetspodkaster. Ella bor i kollektiv, men hører vanligvis nyhetspodkaster når hun spiser eller drikker kaffe alene. Hun hører også en del når hun beveger seg mellom steder i hverdagen, når hun trener eller før hun legger seg. I disse situasjonene kan hun like gjerne høre musikk eller

andre typer podkaster, og har ingen spesifikk rutine for hva hun lytter til. Hun lytter nærmest hele tiden, både musikk og nyhetspodkaster.

Ikke alle hører like mye som nyhetspodkast som Ella. Som henne har informantene et utvalg av kontekster i løpet av dagen der de regelmessig hører på et utvalg av lydmedier, hvor nyhetspodkaster har blitt en viktig del av lytterkontekstene. Kaia hører eksempelvis på musikk eller podkast i nærmest alle situasjoner hvor det lar seg gjøre. Hjemme hører hun som oftest nyhetspodkastene *Forklart* eller *Aftenpodden* når hun gjør seg klar om morgenen og mens hun spiser frokost. Innimellom lager hun også mat mens hun lytter til nyhetspodkaster. Om kvelden hører hun sjeldnere på nyhetspodkaster. Da bruker hun tid på andre medier, enten det er å lytte til musikk eller andre typer podkaster mens hun gjør ting, eller at hun ser en film eller tv-serie.

I likhet med Kaia og Ella har flere informanter lyttervaner som er knyttet til morgenrutinen. Terje bruker mest tid på andre podkaster enn nyhetspodkaster, men om morgenen er det stort sett nyheter han hører på:

«Da er det ikke så mye sånn kødd og humor og sånn, for da skal jeg ikke slappe av, da skal jeg liksom komme i gang. Da tror jeg det er litt mer riktig hvis det er litt aktuelt. sånn ‘dette har skjedd i verden i det siste’, og sånn ‘okei, da tar jeg med meg den kunnskapen ut i dagen’.»

Nyhetspodkastene setter ham i riktig modus før han skal komme i gang med dagen. Da lytter han gjerne til *Aftenpodden*, *Oppdatert* eller radioprogrammet *Nyhetsmorgen* på NRK P2. Han setter på kaffe, kler på seg og gjør seg klar til å ta fatt på dagen mens han hører nyhetspodkast eller radio, og påpeker at han har «[...] den moderne utgaven av det å sitte og lese aviser og drikke kaffe om morgenen». Om kveldene hører han stort sett andre typer podkaster, for eksempel *Radiosepsjonen*, enten det er for å slappe av eller for å roe seg ned før han legger seg. På kvelden er det mer underholdning og mindre nyhetspodkaster. Dette er et mønster som går igjen hos flere informanter.

Foruten morgenrutinen er det tydelig at flere av informantene kombinerer en rekke gjøremål i hjemmet med podkastlytting, som er mindre regelmessig. Hedda, som lytter fast til

nyhetspodkaster om morgenen når hun er på vei til jobb, hører nyhetspodkaster når enn det passer seg:

«Ellers så er det sånn hvis jeg rydder eller tar oppvasken eller sånne ting, da er det veldig greit å ha det på. Eller hvis jeg går tur. Det er egentlig alltid når jeg ikke [...] er med folk eller ser på tv på en måte. Det er liksom sånn når det er en ledig stund så hører jeg på nyhetspodkast.»

I løpet av dagen er det mange aktiviteter og gjøremål hun assosierer med podkastlytting, hun lytter så lenge det er en ledig stund. For henne er det mindre podkast om kveldene, for da ser hun stort sett på fjernsyn. Hvis hun rydder eller gjør husarbeid, har hun alltid proppene i. Men som med andre informanter, handler lyttingen på ettermiddagen mindre om nyhetspodkaster, og mer om underholdningspodkaster.

En del av informantene hører blant annet nyhetspodkaster når de lager mat eller mens de spiser. Lasse setter på en podkast rett før han begynner å lage mat, og påpeker at «[...] det ofte er litt knotete med headset og sånt, men ja, jeg gjør det likevel». Det kan være utfordrende å følge med på innholdet i nyhetspodkastene mens han lager mat, fordi han må «[...] koordinere litt oppi hodet». Da hører han gjerne *Politisk kvarter* eller *Dagsnytt 18* til maten er klar. Når han er ferdig skrur han av podkasten og spiser mens han ser *Dagsrevyen* på fjernsyn. Espen er glad i å lage mat, og tar seg ofte god tid når han først er i gang. Når han lager middag hender det at han hører *Giæver og gjengen*. Siden han bor i et kollektiv med venner passer det ikke alltid å være i sin egen boble med podkast på øret. Hvis de han bor med er hjemme, sosialiserer han heller med dem mens han spiser eller lager mat. Dersom ingen er hjemme, hører han gjerne nyhetspodkast mens han spiser middag. Hedda har også samboer og hører derfor sjeldent når hun spiser eller lager middag. Når hun spiser middag med samboeren sin, pleier de stort sett å se tv-serier sammen, og hun påpeker at det er mindre nyhetspodkaster på kvelden. Nora, som også har samboer, hører sjeldent når hun lager mat. Hun påpeker derimot at hun og samboeren av og til lytter til podkaster mens de spiser, også nyhetspodkaster. Siden Nora ikke har oppvaskmaskin har hun derimot for vane å høre podkast når hun tar oppvasken: «[...] så da tar det litt tid, og da er det veldig hyggelig å lytte til podkast mens jeg gjør det».

I hjemmet er det tydelig at informantene kombinerer lyttingen med et stort utvalg av aktiviteter og gjøremål. Flesteparten hører nyhetspodkaster om morgenen, når de lager eller spiser mat eller mens de gjør husarbeid. For Ella, Kaia, Terje, Thomas og Hedda er det spesielt om morgenen de lytter til nyhetspodkaster, enten når de spiser frokost eller i forbindelse med morgenstell. På ettermiddagen og kvelden virker nyhetspodkaster å være mindre relevant. Dette kan skyldes at de har tilgang til andre medier, eller rett og slett fordi de bruker tiden sin på andre ting. Dermed virker det som ettermiddag og kveld er en tid for avslapping og underholdning med fjernsyn eller andre podkaster, mer enn en tid for å lytte til nyheter.

5.3.4 Lytting til nyhetspodkaster på farten

I spørreskjemaundersøkelsen oppga to informanter at de hører mest podkast mens de beveger seg som myke trafikanter, to informanter hører mest mens de bruker offentlig transport og én hører mest i bil. Fellestrekket for disse kontekstene er at informantene er på vei til steder de skal i hverdagen, og er tett knyttet til rutine. Enten de skal på jobb, universitet, trening, butikk eller på besøk til familie eller bekjente, hender det at de lytter til nyhetspodkaster. Det å være på farten trenger ikke nødvendigvis å handle om at de beveger seg mellom steder, det kan også være i forbindelse med trening eller når de går tur. Siden alle informantene jobber eller studerer har de steder de regelmessig beveger seg mellom. Derfor er en stor andel av lyttingen på farten knyttet til pendling. Hedda har eksempelvis en fast vane der hun lytter til nyhetspodkaster om morgenen når hun skal til jobb:

«Det er mest på morgenen, på vei til bussen og på bussen på vei til jobb. Og hvis det er litt rolige dager på jobb så har jeg sånn at når jeg kommer på kontoret, som oftest så tar jeg det [podkasten] jo av, men hvis det er litt rolig og jeg bare ser gjennom mail, så pleier jeg bare å fortsette å ha de [proppene] i, og så bare snakker de [i podkasten] mens jeg leser gjennom mail og starter dagen liksom.»

Hun bor rett utenfor en stor by, men jobber i sentrum. Det tar rundt 35 minutter fra hun setter seg på bussen til hun er fremme på arbeidsplassen. Hun hører som regel fra hun går hjemmefra, til hun er fremme på jobb. I løpet av uken med mediedagbok hørte hun seks nyhetspodkaster mens hun tok buss. Om morgenen er det nesten alltid nyhetspodkaster hun lytter til, men når hun skal hjem hender det oftere at hun er for sliten til å høre nyheter. Da hører hun heller musikk eller en underholdningspodkast.

I forbindelse med covid-19-pandemien har kontorer, lesesaler og studiesteder vært stengt som følge av smittevernstiltak. For flere av informantene har det derfor vært betydelig mindre pendling i perioder. En av dem som har blitt påvirket av dette er Thomas. Han jobber som revisor og hører primært nyhetspodkaster mens han beveger seg mellom steder:

«Som regel er det jo [når jeg beveger meg] fra A til B, sånn at hvis jeg for eksempel skal på jobb så pleier jeg stort sett å høre på nyhetspodkast fra jeg går hjemmefra til jeg er på kontoret.»

Hver morgen når han går til jobb hører han nyhetspodkastene *Forklart* eller *Oppdatert*. Gåturen tar om lag femten minutter. Siden disse nyhetspodkastene er relativt korte, er de ferdiglyttet innen han kommer frem på jobb. I store deler av 2020 har han derimot hatt hjemmekontor, og derfor er ikke podkaster lenger del av morgenrutinen hans i ukedagene:

«[...] når det har vært hjemmekontor har jeg bare laget frokost og begynt å jobbe. Og når jeg sitter og jobber må jeg ha fokus på det jeg holder på med. Da hører jeg ikke på podkaster egentlig om morgenen lenger.»

Da spaserturen til arbeidsplassen utgikk sluttet han imidlertid ikke å lytte til nyhetspodkaster, men lyttingen ble mer spredt utover dagen. I stedet har han lyttet mer når han er på vei til butikken, trener, når han tar bussen, gjør husarbeid eller går tur. De fleste strekkene han går tar rundt femten minutter, som gjør at de korte nyhetspodkastene *Oppdatert* og *Forklart* passer godt inn når han beveger seg mellom steder.

5.4 Faktorer som påvirker om de lytter til nyhetspodkaster eller ikke i en gitt kontekst

Mens forrige delkapittel fokuserte på hvordan nyhetspodkaster inngår i ulike kontekster i hverdagen, er følgende delkapittel en nyansering av hvordan de lytter. Selv om lytting til nyhetspodkaster er tett knyttet til visse kontekster, særskilt om morgenen i hjemmet, på offentlig transport og mens de beveger seg mellom steder i hverdagen, påpeker informantene at det ikke alltid passer like bra å høre nyhetspodkaster. Syv informanter påpeker at nyhetspodkaster tidvis kan være slitsomme eller kjedelige å høre på. Noen ganger, selv i kontekstene de vanligvis lytter til nyhetspodkaster i, vil de helst høre på musikk, lytte til andre podkaster eller ha det stille rundt seg. Espen lytter fast til *Giæver og gjengen* og hører podkasten

nesten hver dag. Likevel påpeker han at lyttingen ikke er knyttet til et spesielt sted eller til en spesiell tid:

«Det er ikke sånn spesifikke gjøremål, men det handler mer om hvilket humør jeg er i. Det er ikke alltid jeg er så interessert i å høre på nyheter. Hvis jeg er sliten så gidder jeg ikke å høre på nyheter på en måte.»

Espen har et stort utvalg av kontekster i hverdagen hvor det *hender* at han hører podkaster. Det som i alle størst grad styrer hvor og når han lytter er imidlertid hvor motivert han er til å lytte. Dette generelle bruksmønsteret går igjen for flere av informantene som lytter mye til podkaster: de har et utvalg av kontekster i hverdagen som over tid har blitt etablert som kontekster for lytting, enten det er musikk eller podkast. Hvorvidt de lytter og hva de velger å lytte til kommer helt an på om de *føler* for å lytte til nyheter. Dermed virker motivasjon, humør og interesser å være viktige størrelser for lyttingen deres. Hedda, som primært hører nyhetspodkaster på bussen, påpeker det samme:

«Hvis jeg er veldig trøtt om morgenen på bussen, eller er i veldig dårlig humør eller noe sånn, da er det best å høre på musikk, fordi da kan det være litt vanskelig å konsentrere seg.»

Selv om hun beskriver nyhetspodkaster som en enkel og lite krevende form for nyhetsbruk, som hun liker å lytte til, krever det likevel en viss grad av oppmerksomhet. Nesten alle informantene påpeker ulike nyanser av dette. Noen ganger handler det om humør, andre ganger handler det om et misforhold mellom situasjon og lytting. Flere informanter sliter med å få med seg innholdet i nyhetspodkaster dersom de skal handle eller trene, aktiviteter som krever en del koordinasjon. Lasse, som liker å trene, har prøvd å høre på nyhetspodkaster når han løper:

«Da bare soner jeg ut. Enten glemmer jeg å løpe ellers glemmer jeg å høre på. Så det funker dårlig.»

Også når han lager mat hender det at han må spole tilbake i innholdet fordi han må koordinere litt oppi hodet. Dette samsvarer med funn fra studien til Nyre (2015, s. 295) som peker på at det kan være vanskelig å ta til seg informasjon fra informasjonstunge podkaster hvis aktiviteten man kombinerer med lyttingen krever for mye oppmerksomhet.

5.5 Oppsummering

I denne delen har jeg undersøkt hvordan lytting til nyhetspodkaster oppleves og beskrives og i lys av hverdagslivet til informantene. Som oppsummering vil jeg trekke frem nyhetspodkaster som en beleilig, effektiv og engasjerende vei til nyheter, rutinemessigheten i lyttingen, multitasking, tidsbesparingsaspektet med lyttingen og svært kontekstspesifikke lyttervaner.

Et hovedfunn er at podkastbruk i all hovedsak brukes samtidig som man involverer seg i andre gjøremål eller aktiviteter. Med stor kontroll over lytteropplevelsen har de enorm frihet til å velge hva, hvor og når de vil lytte, men også hva de skal gjøre samtidig som de lytter. Podkaster lar informantene utnytte tiden sin bedre mens de gjør seg klar for dagen, pendler, spiser, lager mat, gjør husarbeid eller går tur. Et viktig funn er at multitasking skjer i to ulike former: *temptation bundling* og *feeding the brain*, som samsvarer med funn fra tidligere studier av podkastbruk (Perks og Turner, 2019). Et funn er at de får foret hjernen med nyheter, *feeding the brain*, mens de engasjerer seg i hverdagslige praksiser. Et annet funn er at gjør de kjedelige aktiviteter mer lystbetonte, slik at de får «[...] fylt tid som ellers blir bortkastet», som en form for *temptation bundling*. På et overordnet nivå handler podkastbruken om samspillet mellom lyttingen og aktivitetene engasjerer seg i. Dermed kan man argumentere for at kombinasjonen av lyttingen og hverdagslige praksiser skaper en ny, sammensatt aktivitet, der eksempelvis det å gå tur med podkast på øret blir en egen aktivitet, og noe annet enn å bare gå tur uten å lytte. Dette innebærer et overordnet funn som peker på at podkastlytting gir ny betydning til hverdagslige aktiviteter og gjøremål, og at kontekst av den grunn er et helt avgjørende aspekt ved lyttingen.

Et særskilt viktig funn er at nyhetspodkaster er en beleilig, effektiv, engasjerende og til dels underholdende vei til nyheter. Ved at nyhetspodkastene integreres i praktisk hverdagslogistikk både innenfor og utenfor hjemmet kan informantene sette seg inn i en nyhetssak på femten minutter, samtidig som de gjør tingene de skal få unnagjort i hverdagen. Dermed legger ikke nyhetspodkastene beslag på tid i hverdagen på samme måte som andre nyhetsmedier gjør. Et annet funn er at nyhetspodkastene gir god forståelse av nyhetssaker på kort tid, som ville vært tid- og energikrevende å tilegne seg gjennom andre nyhetsmedier, uten at informantene trenger å kunne særlig mye om den aktuelle saken fra før. Slik opplever de nyhetspodkaster som en effektiv måte å følge med på hva som skjer i samfunnet rundt dem.

Et annet funn er at nyhetspodkaster er engasjerende, og i varierende grad underholdende. En informant opplever at det er hyggeligere å høre nyheter, enn å lese, fordi det er en menneskestemme som snakker, mens en annen setter pris på ulike lydlig virkemidler i nyhetspodkastene *Forklart* og *Oppdatert*. Særskilt avishusenes diskusjonspodkaster *Aftenpodden*, *Giæver og gjengen* og *Nokon må gå* oppleves som underholdende, på grunn av den uformelle og vennskapelige tonen mellom podkastvertene. Over tid opplever informantene som lytter til *Aftenpodden*, *Giæver og gjengen* og *Nokon må gå* at de har «blitt kjent» med avisens politiske kommentatorer, og knytter parasosiale relasjoner til personer i offentligheten.

Flere informanter har et utvalg av nyhetspodkaster de lytter til relativt fast. For noen er lytting til nyhetspodkaster tett knyttet til hverdagens struktur, hvor lyttingen har blitt del av vaner i hverdagslivet. Dette gjelder spesielt i forbindelse med morgenrutinen og pendling til og fra steder informantene skal i hverdagen. Om morgenen beskriver flere informanter at nyhetspodkastene gjør dem klar for dagen. For andre er lyttingen mindre knyttet til spesifikke vaner, eller spesifikke steder eller tidspunkter, og henger mer sammen med hvordan de føler seg. Flere av informantene har et utvalg av kontekster i hverdagen der de har for vane å bruke lydmedier. I disse kontekstene lytter de til musikk eller podkast. Hva de velger å lytte til er i stor grad avhengig av motivasjon, humør og interesse, og mindre preget av vaner. Musikk og underholdningspodkaster passer for eksempel bedre når de er slitne eller dårlig humør.

Det er viktig å påpeke at nyhetspodkaster, selv om de er beleilig, effektive og underholdende, ikke lyttes til like mye som andre podkaster. Informantene velger å lytte til nyhetspodkaster i kombinasjon med hverdagens mange aktiviteter som ikke krever for mye oppmerksomhet. Det er krevende å lytte til nyhetspodkaster. Sammenlignet med musikk eller andre podkaster, krever nyhetspodkastene at lytterne vier lydinnholdet oppmerksomhet over lengre tid. Derfor er det ikke alle aktiviteter som kan kombineres med lyttingen, og det er ikke alltid informantene har riktig humør, motivasjon eller interesse for å lytte til nyheter. Informantene peker eksempelvis på tider på dagen eller spesifikke aktiviteter der det kan være vanskelig å følge med på det som sies i nyhetspodkastene. For noen resulterer dette i at de må spole tilbake i innholdet eller at de unngår helt å lytte helt kombinasjon i disse situasjonene. Da er terskelen lavere for å bruke andre lydmedier, eksempelvis andre typer podkaster eller musikk, som i større grad lar tankene fly, eller å la være å høre på noe som helst.

Kapittel 6 – Hvordan inngår nyhetspodkaster i unge voksnes nyhetsrepertoarer?

I følgende kapittel undersøkes nyhetspodkasters plass og funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer. Med utgangspunkt i hvordan informantene beskriver lytting til nyhetspodkaster, undersøker jeg lyttingen i lys av andre brukspraksiser for nyheter. Siden nettaviser er det mediet flesteparten av informantene bruker har jeg valgt å fokusere på bruk av nettaviser når jeg ser lyttingen opp mot andre brukspraksiser for nyheter. Målet med å undersøke hvordan nyhetspodkastene plasserer seg innenfor nyhetsrepertoarene til informantene er todelt. For det første undersøker jeg hvordan unge voksne kombinerer nyhetspodkaster med andre nyhetsmedier de har på repertoaret, og hvordan nyhetspodkastene plasserer seg i nyhetsdietten deres. For det andre undersøker jeg hvilken funksjon nyhetspodkastene har for dem, for å bedre forstå lytting til nyhetspodkaster som en distinkt praksis for nyhetsbruk. Dermed undersøker jeg lyttingen i lys av og i sammenheng med hvordan informantene bruker andre nyhetsmedier. På denne måten kan vi få en forståelse av karakteristikker ved podkastlytting som skiller seg fra andre brukspraksiser for nyheter.

Innledningsvis undersøker jeg to informanters nyhetsrepertoarer gjennom portretter av nyhetsbruken deres. Gjennom en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk undersøker jeg hvordan de to informantene kombinerer nyhetsmedier, og forholdet mellom mediene informantene har på repertoaret. Avslutningsvis undersøker jeg hvordan de øvrige informantene i studien beskriver lytting til nyhetspodkast for å undersøke kjennetegn ved nyhetspodkastenes funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoar.

6.1 To ulike nyhetsrepertoarer, to ulike måter å bruke nyhetspodkaster på

Med en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk kan vi undersøke hvordan individer kombinerer nyhetsmedier til komplekse bruksmønstre. Hovedfokuset mitt er å analysere nyhetspodkastenes funksjon og betydning for informantene i et helhetlig og relasjonelt perspektiv på nyhetsbruken deres. Det kreves riktignok et omfattende datamateriale for å analysere helheten av en persons nyhetsbruk, samtidig som det kan være overveldende å formidle i en oppgave. For å gjøre mengden med data overkommelig har jeg derfor laget portretter av to informanters nyhetsrepertoarer, og begrenset meg til å undersøke mediene som

er viktigst for dem. Informantene er valgt ut fordi de illustrerer to ulike måter å bruke nyhetspodkaster på. Det første portrettet er av informanten Kaia som oppgir nyhetspodkaster som sin primære kilde til nyheter. Det andre portrettet er av informanten Terje som har nettaviser som viktigste nyhetskilde, og bruker nyhetspodkaster som et supplement til nettavisene han har på repertoaret.

I dybdeintervjuene har de gått gjennom nyhetsbruken sin i løpet av en vanlig dag, som jeg legger til grunn når jeg undersøker den relative betydningen de tillegger nyhetsmediene. Repertoarene beskrives med utgangspunkt i et utvalg av empiriske indikatorer fra Hasebrink og Domeyers analytiske rammeverk for medierepertoarer (2012, s. 760): hvilke nyhetsmedier informantene bruker, frekvens for bruk, proporsjoner for bruk, funksjonell komplementaritet, grad av integrasjon i hverdagslige rutiner og grad av selektivitet. Først gjennomgår jeg kort hvilke nyhetsmedier informantene bruker, og hvilke nyhetsmedier de bruker mest tid på i hverdagen. Deretter undersøker jeg nyhetsmedienes funksjonelle komplementaritet, grad av selektivitet og grad av integrasjon i hverdagen. Portrettene er satt sammen med datamateriale fra de respektive informantenes mediedagbøker, spørreskjemaundersøkelse og dybdeintervju. For å beskrive ulike brukspraksiser knyttet til nettaviser tar jeg i bruk begrepene *sjekking*, *skanning* og *lesing* (Meijer og Kormelink, 2020, s. 15-37)

6.1.1 Nyhetspodkaster som hovedkilde til nyheter

Kaia er 22 år og studerer i en stor by. Hun oppgir at hun er litt interessert i nyheter og litt interessert i politikk. Kaia får nyheter gjennom podkaster, nettaviser, sosiale medier og nyhetsaggregater på nett. Blant disse er podkaster hennes viktigste kilde til nyheter. I løpet av uken med mediedagbok hørte hun tolv episoder av ulike nyhetspodkaster. Hun lytter mest til nyhetspodkastene *Forklart*, *Oppdatert* og *Aftenpodden*, men iblant lytter hun også til *Dagsnytt 18*, *Aftenpodden USA*, *Trump mot verden* og *Pod Save America*. Hun besøker ofte nettavisene til Aftenposten og VG, men er også innom NRK og Dagbladet fra tid til annen. Hun kommer over nyheter på de sosiale mediene Facebook eller Snapchat Discover, men dette skjer mer sporadisk. Kaia har ingen tradisjonelle nyhetsmedier på repertoaret.

6.1.1.2 Funksjonell komplementaritet: *Sjekker* nettavisene for å få oversikt over nyhetsbildet, *lytter* til nyhetspodkaster for å få dybdekunnskap om nyhetssaker

Når Kaia besøker nettavisene hun har på repertoire, ser hun primært gjennom forsidene uten å klikke seg inn på saker. Hun *sjekker* stort sett for å få oversikt og skimleser enkelte saker for å få et inntrykk av hva de viktigste sakene i nyhetsbildet handler om. Hvis det er saker eller temaer hun interesserer seg for eller opplever som viktige, hender det at hun leser nyhetssaker i sin helhet, selv om dette ikke skjer spesielt ofte. I tillegg til å oppsøke nettavisene selv, abonnerer Kaia på nyhetsvarsler fra Aftenposten. Dermed mottar hun et utvalg av overskrifter på hjem-skjermen som dukker opp på smarttelefonen når hun sjekker den av andre grunner. Hun leser gjennom de korte tekstene i nyhetsvarslene og trykker inn på saker som fanger oppmerksomheten hennes. Stort sett registrerer hun innholdet i nyhetsvarslene, som hun ser på verdifullt i seg selv:

«Noen ganger kan jeg bare lese [innholdet i nyhetsvarselet] uten å gå videre inn på det, og tenker at jeg i hvert fall har hørt om det.»

Kaia gir uttrykk for at hun primært *sjekker* og *skanner* (Meijer og Kormelink, 2020, s. 25) nettavisene og at det er sjeldent hun tar seg tid til å *lese* hele saker. Bruken av nettaviser handler mer om å få oversikt over hvilke saker som er i nyhetsbildet eller å se gjennom enkelte saker for å få et utsnitt av det de handler om, og mindre om å sette seg inn i de ulike sakene. Dybdekunnskap om nyhetssaker får hun i all hovedsak fra nyhetspodkastene hun lytter til. Hun opplever at hun er nødt til å høre nyhetspodkastene «[...] for hvis ikke så får jeg ikke med meg ting». Spesielt nyhetspodkastene *Forklart* og *Oppdatert*, hvor hver episode gjør et dypdykk i nyhetssaker, gir henne forståelse av og dybdekunnskaper om flere av de større nyhetssakene som preger nyhetsbildet. Når jeg spør henne hva hun synes er forskjellen mellom nettaviser og nyhetspodkaster, svarer hun:

«Jeg føler nyhetspodkaster er en lettere måte å holde seg litt oppdatert på. Ofte hvis du klikker deg inn på en sak da, så får du jo veldig ofte bare den nyeste oppdateringen. Da føler jeg at jeg heller vil ha hele historien, og føler kanskje at de forklarer litt mer rundt når de tar det på podkast. Så det er en grei måte å liksom komme meg litt inn i sakene på.»

Sammenliknet med nettaviser opplever Kaia nyhetspodkastene som en enklere og mindre tidkrevende måte å tilegne seg dybdekunnskaper på. Hvis hun vet lite om et tema i nyhetsbildet

synes hun det er vanskelig å motivere seg til å sette seg inn i temaet ved å lese nettaviser. Nyhetspodkastene gir henne derimot muligheten til å sette seg inn i sakene fra begynnelsen av uten å kunne noe fra før, samtidig som hun gjør noe annet. For henne er det viktig at det er lett å bruke, at det kommer ut nok episoder til at hun kan bruke det som sin primære kilde til nyheter, men også at nyhetspodkastene er relativt korte:

«Det er lettest tilgjengelig, så kommer det ut hver dag, så jeg føler det alltid er en ny episode man kan høre på. Og så er de ganske korte, i hvert fall *Forklart* og *Oppdatert* er sånn kvarter, tjue minutter.»

I tillegg til *Forklart* og *Oppdatert* lytter hun også til diskusjonspodkasten *Aftenpodden*, som varer litt lengre og diskuterer flere nyhetssaker i hver episode:

«Jeg synes de også er ganske flink til å gå gjennom saker relativt nøye med litt bakgrunnshistorie og kommer med et par informative setninger før de begynner å diskutere så du har et grunnlag på en måte, selv om du ikke har lest deg opp før du hører episoden.»

På denne måten er hun rustet til å følge med på diskusjoner om aktuelle temaer i nyhetsbildet, uten at hun nødvendigvis trenger særlig med forkunnskaper. Av og til, hvis det er et tema som nevnes raskt i en podkast uten at de utdyper det særlig, hender det at hun besøker nettaviser for å finne flere artikler om tematikken slik at hun kan fordype seg i det. Kaias bruk av nettaviser og nyhetspodkaster komplementerer hverandre, og begge mediene har fått veldig spesifikke funksjoner i nyhetsrepertoaret hennes. Nettavisene bruker hun hovedsakelig for å få oversikt over hva som skjer, mens nyhetspodkastene gir dybde. Hun beskriver nyhetspodkaster som en enklere vei til dybdekunnskaper enn nettaviser.

6.1.1.2 Grad av selektivitet: Fordyper seg i ekstraordinære hendelser, lytter til alle episodene av flere nyhetspodkaster

I uken med mediedagbok hørte Kaia tre episoder av *Forklart*, én episode av *Aftenpodden* og én episode av *Oppdatert*. Hun lytter til nesten alle episodene av *Forklart* og *Oppdatert*, og alle episodene av *Aftenpodden*, og velger som regel de nyeste episodene som har kommet ut. Dermed har hun en ikke-selektiv tilnærming til tre nyhetspodkaster hun har på repertoaret. Hun påpeker at nyhetspodkastene velger ut de viktigste nyhetssakene for henne, slik at hun slipper

å gjøre det selv. Dermed er det færre nyhetssaker å forholde seg til enn i nettavisene, og nyhetspodkastene fungerer som en kurator for hvilke saker hun setter seg inn i. Samtidig påpeker hun at hun slipper å forholde seg til nettavisenes reklame og klikkagn. Det er mer 'støy' i nettavisene, mens podkastene kun fokuserer på det viktigste. Av den grunn er hun i større grad selektiv med hvilke nyhetssaker hun velger seg ut for å lese:

«[...] jeg blar litt og så ser jeg om det er noe jeg har hørt litt om eller noe jeg interesserer meg for. Eller hvis man har hørt liksom at det er en stor sak så er det litt sånn at jeg prøver å lese meg opp på hva som skjer»

I intervjuet gir Kaia uttrykk for at hun sjeldent leser lengre saker, men at hun oftere gjør dette når det gjelder ekstraordinære hendelser som preger nyhetsbildet over lengre tid. Eksempelvis påpeker hun at hun besøkte nettaviser oftere i forbindelse med det amerikanske presidentvalget i november 2020 og leirskredet i Gjerdrum desember 2020. Da fulgte hun med på nye utviklinger i hendelsene ved å *sjekke* og *skanne* nettavisene, i tillegg til at hun hyppigere *leste* lengre saker. Hun har en ikke-selektiv tilnærming til nyhetspodkaster og hører nesten alt. Med nettaviser er hun langt mer selektiv med hva hun velger ut for å lese og sakene velger hun ut dersom hun opplever at de er viktige eller interessante nok.

6.1.1.3 Grad av integrasjon i hverdagslivet: Sjekker nettaviser i hverdagens avbrekk, lytter om morgenen

Kaia setter sjeldent av tid i hverdagen til å lese nyheter i nettaviser, og har ikke noen spesifikke rutiner knyttet til nyhetslesningen. Nettavisene inngår i en syklus av nettsider og sosiale medier som hun sjekker i korte økter i løpet av dagen. På spørsmål om når og hvor hun bruker nettaviser i løpet av dagen, svarer hun:

«Kollektiv trafikk. Når jeg tar buss. Når jeg skal steder, da leser jeg ofte på mobilen. Eller hvis det ikke er noe annet å scrolle på. Jeg stikker som oftest innom, men det er ikke et spesifikt sted hvor jeg setter meg ned og tenker sånn nå på en måte.»

Selv om hun oppgir at hun oftere sjekker nyheter når hun benytter seg av kollektiv transport, i pausene mellom forelesninger på hjemmekontor eller «[...] hvis det ikke er noe annet å scrolle på», sier hun selv at hun ikke har noen spesielle steder eller tider for når hun bruker nettaviser. Det skjer i små avbrekk gjennom hele dagen. Lytting til nyhetspodkaster har fått en litt annen

plass i hverdagen hennes. Hun er en ivrig podkastlytter og hører nesten alle episodene av *Forklart*, *Oppdatert* og *Aftenpodden*. Hun hører de nyeste episodene som kommer ut, ofte samme dagen som de slippes. Nyhetspodkastene hun liker best å høre slipper nye episoder i ukedagene. Derfor hører hun sjeldnere nyhetspodkast i helgene, fordi hun allerede har hørt alt i ukedagene. Når jeg spør om hun har noen vaner knyttet til lyttingen, svarer hun:

«Jeg pleier å starte dagen med *Forklart* eller den som kom ut dagen før. Da hører jeg mer på dem [nyhetspodkastene] på morgenen, og de kommer klokken seks eller sju eller noe. Jeg pleier ikke å høre så mye pod på kvelden, egentlig, da går jeg mer over på musikk. Eller ser en film eller noe, hvis jeg har litt tid.»

Ukedagene starter med å lytte til nyhetspodkast mens hun spiser frokost. Når hun ikke har hjemmekontor, pleier hun også å lytte fra hun går hjemmefra til hun er fremme på universitetet. Hun hører også når hun beveger seg mellom steder, når hun går tur eller lager mat. Lyttingen kombineres med en rekke aktiviteter i løpet av hverdagen, men det er ikke alltid hun er i det rette humøret for nyheter. Hvis det eksempelvis har vært en litt tung dag på skolen, hører hun heller på musikk eller «[...] de litt sånn skravlete podkastene» på veien hjem, for da synes hun det er vanskelig å følge med.

6.1.2 Nyhetspodkaster som supplement til hyppig sjekking av nettaviser

Terje er 29 år, studerer og bor i sentrum av en stor by. Han sier han er svært interessert i nyheter og svært interessert i politikk. Primærkilden hans til nyheter er NRK Nyheter på nett. Selv om han foretrekker NRK, er han innom nettavisene til VG, BT og Stavanger Aftenblad flere ganger for dagen. På repertoaret har han også nyhetspodkastene *Aftenpodden* og *Oppdatert*, som han lytter til flere ganger for uken. I løpet av uken med mediedagbok hørte han to episoder av *Oppdatert*, og én episode av *Aftenpodden*. Han bruker nesten aldri tradisjonelle kilder til nyheter, men hører fra tid til annen nyheter på radio. Da hører han *Nyhetsmorgen* på NRK P2, men hører også dette programmet som podkast. I tillegg til nettaviser og podkaster bruker han nyhetsaggregatet Flipboard, og mottar og deler nyheter med venner på Facebook Messenger.

6.1.2.1 Funksjonell komplementaritet: Får oversikt og dybde fra nettaviser, supplerer med nyhetspodkaster for å sette seg inn i en sak eller en tematikk

Terje gir uttrykk for at han som oftest *sjekker* og *skanner* nettavisene han har på repertoire. Han påpeker at nettavisene inngår i en sjekkesyklus som han gjennomgår flere ganger for dagen:

«Jeg er en typisk sånn scroller. Jeg har veldig lett for å bare gå inn på en fast rutine med nettaviser sånn hundre ganger i løpet av dagen, og liksom scrolle og av og til lese noe, men mye bare for å få oversikt.»

Den hyppige sjekkingen gir ham oversikt og gjør at han er godt orientert når noe nytt skjer. Fra tid til annen *leser* han nyheter i lengre økter for å få dybdekunnskaper om nyhetssaker. Han synes det er mer krevende å lytte til nyhetspodkast enn å sjekke nettaviser, men at lyttingen til gjengjeld gir ham noe mer:

«Det krever at jeg investerer mer tid og energi enn å bare sjekke forsiden på nettaviser. Jeg får mer ut av det da, så det er en lett måte å få informasjon på, for du får det bare trøkket inn i ørene.»

Derfor hender det at han heller bruker nyhetspodkaster hvis han skal sette seg inn i en nyhetssak han kan lite om. Det han liker med nyhetspodkastene han hører på, *Aftenpodden* og *Oppdatert*, er at de gir «grundige og gode innføringer i det som har skjedd den siste tiden». Vanligvis får han med seg nyhetssaker når han sjekker nettaviser, for så å høre mer om dem i en av nyhetspodkastene han lytter til. Han trekker spesielt frem *Oppdatert* som en enkel og rask måte å sette seg inn i en sak på:

«Nå hørte jeg nettopp en [podkast] om klimarettssaken fordi jeg har hørt mye om klimarettssaken, men jeg har ikke helt fått med meg innholdet i det. Og da er det så fint å sette på en sånn episode for da går de liksom gjennom hele greien på tjue minutter eller noe sånn.»

Gjennom nettaviser fikk han med seg at klimasøksmålet mot staten ble vurdert av Høyesterett, at saken var både unik og viktig. Nyhetspodkasten *Oppdatert* supplerte med informasjon om hvorfor saken var viktig, og hvilke konsekvenser søksmålet kunne ha for fremtiden. Han registrerte saken i nettaviser, men forsto hva den handlet om ved å høre nyhetspodkast. Han påpeker at enkelte nyhetssaker kan være kjedelige eller tidkrevende å lese seg opp på i nettaviser, og da er nyhetspodkastene en enkel og rask måte å sette seg inn i sakene på. Mengden med informasjon han får av å høre på en episode av *Oppdatert* gir han kunnskap som er

tidkrevende å opparbeide seg i nettaviser. Dette antyder at lytting til denne podkasten ikke bare handler om å tilegne seg kunnskaper om en sak, men at det handler om å gjøre det på en lite krevende, behagelig og effektiv måte.

6.1.2.2 Grad av selektivitet: *Leser et selektivt utvalg av saker i nettaviser, lytter til et selektivt utvalg av episoder*

Når Terje sjekker nettaviser, velger han ut enkelte nyhetssaker som han klikker seg inn på og leser i sin helhet. Da velger han som regel viktige nyhetssaker som han føler han ikke har fått med seg ennå, slik at han kan lese seg litt opp på dem, eller nyhetssaker han synes er interessante. Han lytter innimellom på nyhetspodkaster, og i uken med mediedagbok lyttet han til tre episoder av nyhetspodkaster. Han er også selektiv når han velger ut hvilken episode han skal lytte til av nyhetspodkastene. For ham handler lytting til nyhetspodkaster mest om å supplere med dybdekunnskap om en nyhetssak eller et tema han kan lite om:

«[...] da jeg fylte ut den mediedagboken, da var det en episode om *Aftenpodden* som jeg hørte, det var ikke den nyeste, tror jeg, men grunnen til at jeg valgte den var at de snakket om budsjettforhandlingene på Stortinget. Og det er liksom sånn jeg har registrert at har skjedd, men jeg har egentlig ikke skjønt greien i det, fordi jeg har vært så opptatt med skole. Og da hørte jeg den for å få høre diskusjonen deres om hva det er som har skjedd i de forhandlingene. Så det var for å få den informasjonen jeg følte jeg manglet om noe jeg synes er viktig.»

Han ser gjennom de ulike episodene av nyhetspodkastene han hører på og finner frem til episoder som handler om saker han kan ha nytte eller glede av å høre. Han lytter til *Oppdatert* flere ganger for uken, men velger kun episoder som handler om det han synes er interessant, eller saker han opplever som viktige, som han ikke har satt seg inn i ennå. På denne måten fungerer nyhetspodkaster som en kilde til nyheter han henter frem hvis han trenger mer kunnskaper om en nyhetssak, eller hvis det er et spennende tema.

6.1.2.3 Grad av integrasjon i hverdagen

Terje sjekker nettavisene for nye oppdateringer hyppig, og gir uttrykk for at nettavisene inngår i en sjekkerutine som han gjennomgår flere ganger for dagen:

«Det er ganske sånn kontinuerlig, det går på automatikk. Det er sånn hver gang jeg holder på med ett eller annet og har en pause så er det sånn at jeg går inn og ser hva som skjer. NRK, VG, BT, Stavanger Aftenblad, Dagbladet, ja, *you name it.*»

Sjekkingen beskrives som en ritualisert, nærmest passiv aktivitet som han engasjerer seg i uten at han tenker seg om. Han sjekker nettaviser i hverdagens mange avbrekk og har som vane å gjøre det når enn det passer seg. Nettavisene har en sentral plass i hverdagens hans. På grunn av en hektisk eksamenstid i perioden før intervjuet, har Terje hatt mindre tid til å lese nettaviser. Derfor har han ikke rukket å sette seg inn i saker som han opplever som viktige. Likevel har han fått tid til å sjekke nettavisene hyppig, samtidig som han har fått tid til å høre et par nyhetspodkaster. Nyhetspodkaster lytter han ikke til hver dag, og ikke nødvendigvis på samme sted eller til samme tid hver gang. Terje har et utvalg av kontekster i hverdagen der det hender at han lytter til nyhetspodkaster. Han lytter til nyhetspodkaster et par ganger i uken, og primært i hjemmet. Dette gjør han fra tid til annen når han spiser frokost, gjør seg klar om morgenen, når han tar offentlig transport eller lager mat. Når han beveger seg mellom steder på gaten lytter han ikke til podkast, men hvis han skal et lengre stykke kan han finne på å lytte.

Nyhetspodkaster oppsøker han hvis han føler for det eller hvis han vil sette seg inn i en konkret sak. Selv om han ikke har vaner for når og hvor han lytter, hører han oftere podkaster om morgenen under frokosten eller på formiddagen. Han bruker mest tid på underholdningspodkasten *Radiosepsjonen*, men om morgenen handler det ikke om å ha det gøy. Da bidrar nyhetspodkaster til å sette stemningen og gjør ham klar til å starte dagen:

«Da er det ikke så mye sånn kødd og humorpodkaster og sånn, for da skal jeg ikke slappe av, da skal jeg liksom komme i gang. Og da tror jeg det er litt mer riktig hvis det er litt aktuelt. Sånn ‘dette har skjedd i verden i det siste’, og sånn ‘okei, da tar jeg med meg den kunnskapen ut i dagen’.»

På kvelden er det sjeldent at han lytter til nyhetspodkaster. Da hører han som regel andre podkaster, som ikke handler om nyheter, for å koble av eller slappe av før leggetid. I helgene hører han også gjerne på nyhetspodkaster, men da handler det mindre om å sette seg inn i saker for å forstå hva de handler om, og mer om å «[...] slappe av litt, koble ut, men få litt stimuli»:

«Spesielt i helgene da, da pleier jeg å lage kaffe og så setter jeg på en sånn nyhetspodkast og så sitter jeg liksom på en måte midt i rommet her og så drikker kaffe, ser ut [av

vinduet] og hører på. Så det blir liksom tilsvarende det å lese aviser [...] Jeg kan høre *Aftenpodden* for eksempel. Det er tre kvarter der de snakker litt mer rundt nyheter på en egentlig ganske underholdende måte. Så det er en måte å få med seg hva som har skjedd på.. på en litt sånn gøy måte, avslappet måte.»

Diskusjonspodkasten *Aftenpodden* betrakter han i større grad som underholdning enn *Oppdatert*. Hvis han skal slappe av eller kose seg hører han oftere på *Aftenpodden*, men påpeker at det ofte handler om tematikken i episoden.

6.1.3 Lytting til nyhetspodkaster komplementerer sjekking av nettaviser

Gjennom portrettene får vi nyttig innsikt i hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoarene til informantene. Dermed kan vi se hvordan nyhetspodkaster kombineres med nettaviser i hverdagslivet til informantene og det relative forholdet mellom disse to nyhetsmediene. Portrettet av Kaia viser hvordan nyhetspodkaster kan brukes som primærkilde til nyheter. Til tross for at hun får med seg en god del av nyhetene hun konsumerer gjennom nyhetspodkastene hun lytter til, har nettavisene en viktig verdi som podkastene ikke har. Nettavisene kan hun sjekke raskt i løpet av dagen, og gir henne oversikt over sakene i nyhetsbildet til enhver tid. Kaias bruk av nettaviser handler primært om *sjekking* for å få oversikt og *skanning* for å få med seg essensen av hva sakene handler om, og sjeldnere om å *lese* for å forstå. Hun føler at likevel at hun trenger et supplement til å *sjekke* og *skanne* forsidene til nettavisene, men setter sjeldent av tid i hverdagen til å lese nettaviser. Hvis hun skal sette seg inn i nyhetssaker lytter hun heller til nyhetspodkaster. Lytting til nyhetspodkaster gir henne innsikt i nyhetssaker samtidig som hun spiser frokost eller pendler mellom studiested og hjemmet. På den måten får hun utnyttet tiden hun bruker på praktisk hverdagslogistikk til å tilegne seg dybdekunnskaper om nyhetssaker, kunnskaper hun sjeldent får på andre måter. Dermed virker det som tiden hun bruker på nyhetspodkaster gjør behovet for å *lese* nettaviser mindre.

Terje har nettaviser som sin viktigste kilde til nyheter. Han *sjekker* nettaviser kontinuerlig gjennom dagen og *leser* nyhetssaker i nettaviser for å tilegne seg dybdekunnskaper og for å få

forståelse av sakene i nyhetsbildet. Terje henter frem nyhetspodkastene han har på repertoaret når han trenger mer kunnskap om et emne eller en nyhetssak, eller hvis han vil slappe av mens han drikker kaffe. På repertoaret har han *Oppdatert* og *Aftenpodden*, og har en selektiv tilnærming til hvilke episoder han lytter til. Han velger som regel ut episoder for å få informasjonen han føler han mangler om saker han opplever som viktige. Siden han bruker mer tid på å *lese* i nettaviser, virker det som om han har et litt mindre behov for å lytte til nyhetspodkaster. I eksamenstiden hans har det imidlertid vært travelt, og da har tiden han bruker på det gått på bekostning av lesingen, mens lytting til nyhetspodkaster har vedvart.

Hovedforskjellen mellom nyhetsbruken til informantene er hvilke nyhetskilder som er viktigst for dem, og hvilke nyhetsmedier de bruker mest tid på. Likevel har nyhetspodkastene den samme funksjonen for begge informantene: de lytter til nyhetspodkaster for å tilegne seg dybdekunnskaper om nyhetssaker. Nyhetspodkastene plasserer seg imidlertid ulikt i de to informantenes repertoarer. Det er forskjeller i hvor hyppig podkastene brukes, hvor selektive informantene er med utvalg av episoder og hvor integrert lyttingen er i hverdagen. Kaia, som lytter til nyhetspodkaster daglig, har en mindre selektiv tilnærming til hvilke episoder hun hører på og hører nærmest alle episodene som gis ut. Lyttingen hennes er dermed mer vanemessig og er en mer ritualisert form for lytting. Dette gjør også at hun har etablert faste rutiner for lytting, for eksempel mens hun spiser frokost. Terje lytter til nyhetspodkaster et par ganger i uken, er mer selektiv i utvalget av episoder og har ikke faste vaner for lytting. Han har en mer intensjonell tilnærming til nyhetspodkaster. Han henter podkastene han har på repertoaret frem hvis han trenger å supplere med dybdekunnskaper om en sak.

Portrettene fremhever særlig fire viktige karakteristikk ved nyhetspodkastenes plass og funksjon i repertoarene til informantene. For det første brukes nyhetspodkaster i all hovedsak for å tilegne seg dybdekunnskaper om en nyhetssak eller et tema for å forstå hva det handler om. For det andre er nyhetspodkaster mer krevende å lytte til enn å *sjekke* nettaviser, men mindre krevende enn å *lese* nyhetssaker i nettaviser. Nyhetspodkaster oppleves som enklere å lytte til av to grunner: de kan enkelt kombineres med hverdagslige aktiviteter eller gjøremål, og kan dermed integreres i praktisk hverdagslogistikk, og podkastene legger frem nyhetssaker på en grundig, men lettfattelig måte. For det tredje virker bruken av nyhetspodkaster å henge sammen med hvor ofte informantene *leser* nettaviser. Informantene beskriver *lesing* av nettaviser som en måte å sette seg inn i saker på og har overlappende funksjon som lyttingen.

Dette kan tyde på at tiden man bruker på lytting til nyhetspodkaster går på bekostning av tiden man bruker til å lese nettaviser, fordi begge brukspraksisene handler om dybde. For å si noe mer om forholdet mellom lesing og lytting, og om de to formene for nyhetsbruk går på bekostning av hverandre, er det nødvendig med et større utvalg og en kvantitativ tilnærming.

For det fjerde indikerer datamaterialet at det er ulike måter å lytte til nyhetspodkaster på. Diskusjonspodkasten *Aftenpodden* innebærer eksempelvis en mer avslappet form for lytting, som i større grad handler om å ha en stund for seg selv enn å sette seg inn i en konkret nyhetssak eller tematikk. Som jeg påpekte i forrige kapittel betraktes avishusenes diskusjonspodkaster som en noe mer underholdende innramming for nyheter. Den uformelle samtaleformen mellom vertene i podkastene bidrar til at lytterne opplever at de blir kjent med dem som snakker. Avslutningsvis er det viktig å påpeke at portrettene kun representerer to personers måte å bruke nyhetspodkaster på. Med utgangspunkt i funnene fra de to portrettene vil jeg derfor se nærmere på hvordan de andre informantene i studien beskriver nyhetspodkastenes funksjon.

6.2 Nyhetspodkastenes funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer

I følgende delkapittel drøftes funksjonen nyhetspodkastene har i informantenes nyhetsrepertoarer. Der portrettene over kun peker på hvordan to informanter bruker og beskriver nyhetspodkaster, drøfter jeg i dette delkapittelet hvordan de øvrige informantene i studien beskriver nyhetspodkastenes funksjon. Delkapittelet tar primært utgangspunkt i dybdeintervjuene med informantene, der de ble oppfordret til å beskrive nyhetspodkaster i lys av hvordan de bruker nyheter på andre måter. Jeg har tidligere argumentert for at funksjonen til nyhetsmedier best kan forstås ved at vi undersøker hvordan personene som bruker dem opplever, beskriver og kategoriserer bruken i lys av hvordan de bruker andre medier (Couldry, 2011, s. 217). Siden nettaviser er en viktig nyhetskilde for alle informantene, som de bruker flere ganger for dagen, beskrives nyhetspodkaster primært i lys av nettavisbruk. Først gjennomgår jeg kort hvilke funksjoner nettaviser har i nyhetsrepertoarene til informantene, før jeg drøfter bruk av nyhetspodkaster i lys av hvordan nettaviser brukes. Også i denne delen legger jeg til grunn begreper fra Meijer og Kormelinks studie av ulike praksiser for nyhetsbruk (Meijer og Kormelink, 2020, s. 15-38).

6.2.1 *Sjekker og skanner nettaviser kontinuerlig, leser hvis det skjer noe viktig eller av interesse*

Gjennom analysen av datamaterialet er det tydelig at alle informantene i studien *sjekker* og *skanner* (Meijer og Kormelink, 2020, s. 22-26) nettaviser hyppig i korte økter gjennom dagen, primært på smarttelefonen. Sjekkingen karakteriseres av at de ser raskt gjennom overskriftene på forsiden til nettavisene for å danne seg et bilde av hva som skjer. Informanten Inga sier eksempelvis at hun er «[...] fæl til å scrolle gjennom de forskjellige nettsidene» og at hun følger med på nyhetsbildet ved å lese overskriftene på nettsidene til NRK, VG og Bergens Tidende. Innimellom skumleser hun et lite utvalg av nyhetssaker for å forstå «[...] sånn omtrent» hva de handler om. I løpet av dagen er det sjeldent hun leser nettaviser utover å *skanne* eller å *sjekke*. Alle informantene har tilsvarende nyhetsvaner knyttet til nettaviser. De sjekker nettaviser og skanner et lite utvalg av nyhetssaker gjennom dagen. Flere av informantene har vane for å sjekke og skanne nettaviser flere ganger daglig, men ikke nødvendigvis et bestemt sted eller til en bestemt tid. Som informanten Lasse påpeker sjekker han «[...] gjerne bare sånn ved ledig tid», mens John sier han besøker nettaviser når det «[...] oppstår et slags opphold i det jeg driver med». Nettavisenes tilgjengelighet kombinert med sjekkingen og skanningens effektivitet gjør at nettaviser som nyhetsmedium enkelt kan integreres i flere deler av hverdagen. Det er både lite tid- og energikrevende, er en praksis flere har et vanemessig forhold til og er tett knyttet til bruk av smarttelefonen. Enkelte informanter har mer spesifikke tidspunkter på dagen hvor de sjekker nettaviser, enten om morgenen eller før de skal legge seg. For andre informanter er sjekkingen mer ritualisert, skjer kontinuerlig gjennom dagen og nesten uten at de tenker seg om, slik som John:

«Så er det jo ofte sånn at jeg egentlig skal gjøre noe annet, jeg skal sende en melding til noen eller noe, og så åpner jeg mobilen og så ser jeg at jeg har et varsel der det står at *Aftenposten* skriver at sånn og sånn har skjedd og så går jeg inn og leser den i stedet for på en måte. Jeg har kanskje litt sånn ... ikke ubevisst, men at jeg bare havner inn på både sosiale medier og nyheter egentlig. Det er sjeldent jeg på en måte aktivt tenker 'nå skal jeg inn og sjekke VG' eller sjekke ... jeg havner liksom bare der, hvis du skjønner.»

Sjekking og skanning av nettaviser er utbredte praksiser som alle informantene engasjerer seg i. Det gir dem god oversikt over nyhetene på kort tid, og har dermed inntatt en helt nødvendig plass og funksjon i repertoarene til informantene. Informantene beskriver sjekking og skanning som lite krevende praksiser, der utbyttet av praksisene virker å stå i et fornuftig forhold til energien de bruker på å involvere seg i praksisene.

Sjekking av nettaviser ender også sporadisk opp med at informantene *leser* nyhetssaker. Lesing handler ikke om å få overblikk, men å sette seg inn i en sak for å forstå hva den handler om. I motsetning til *sjekking* og *skanning*, er *lesing* av nettaviser en praksis informantene involverer seg sjeldnere i. Det er naturligvis variasjoner i hvor hyppig de forskjellige informantene gjør dette. Informanten Espen leser nettaviser om morgenen, men først velger han ut hva han skal lese. Om morgenen sjekker han nyhetsvarslingene han har fått på mobilen siden sist. Han velger seg ut et par saker han synes er viktige eller interessante, og leser gjennom dem før han starter dagen sin. Flere informanter har en liknende rutine hvor de sjekker nyheter om morgenen i sengen eller ved frokostbordet. Da leser informantene et lite utvalg av nyhetssaker, gjerne én eller flere, i sin helhet.

Flesteparten av informantene har derimot lesevaner som er mindre knyttet til vaner, og er mer sporadiske, men ikke nødvendigvis noe de avstår fra. Informanten John tror for eksempel det handler om at han ikke har innarbeidet en vane for å sette av tid i hverdagen til å lese:

«Jeg lurer på om det bare handler om vane, at jeg er vant med at jeg leser nyheter enten hvis det skjer noe veldig spesielt eller i mellomrommene mellom alt annet i hverdagen. Jeg har ikke den rutinen som mamma har med at hun setter seg ned og leser avisen sant, det har jo jeg aldri gjort. At jeg føler på en måte bare jeg ... leser litt sporadisk her og der gjennom dagen, at det ville føltes veldig lenge hvis jeg skulle satt av en time til å sitte å lese artikler på en måte.»

Det er tydelig at informantene ikke nødvendigvis misliker å lese, men at de ikke har etablert vaner å gjøre det. Når de leser velger informantene som regel nyhetssaker de har personlig interesse for, opplever som viktige for seg selv eller samfunnet eller nyhetssaker om hendelser de opplever som ekstraordinære. Informanten Inga poengterer eksempelvis at hun leser saker i sin helhet hvis det er noe hun interesser seg for, noe som er innenfor fagfeltet hennes eller hvis det skjer ekstraordinære hendelser. Hun *sjekket* nyhetskildene sine hyppigere og brukte mer tid på å *lese* nyhetssaker i forbindelse med saker som presidentvalget i USA i november 2020, leirskredet i Gjerdrum 30. desember 2020 eller stormingen av Capitol Hill 6. januar 2021, noen av sakene som fikk mest oppmerksomhet i månedene før intervjuet ble gjennomført.

6.2.2 Nettaviser gir oversikt over nyhetsbildet, nyhetspodkastene fyller ut detaljene

Det er spesielt tydelig at nyhetspodkaster lyttes til for å tilegne seg dybdekunnskaper om en sak. Samtidig virker *sjekking* av nettaviser og lytting til nyhetspodkaster å være to praksiser for nyhetsbruk som har høy grad av funksjonell komplementaritet. Dette fordi nettaviser gir dem oversikt, mens nyhetspodkastene gir dem dybde. Thomas sier eksempelvis at nettaviser gir ham god kjennskap til de ulike sakene i nyhetsbildet til enhver tid, mens nyhetspodkasten *Forklart* fyller ut bildet for ham:

«Jeg leser nyheter på nettaviser bare for å sann ha oversikt og ha en viss sann ... å henge med da. 'Hva er det som skjer, hva er det som er nytt i dag?' Og så bruker jeg egentlig podkaster for å få en litt mer dyptgående forståelse av ulike emner eller tema.»

Nettaviser gir Thomas svar på hva det er som skjer i til enhver tid, mangfoldet av nyhetssaker som er i nyhetsbildet gir han et godt inntrykk over hva som har skjedd siden sist han sjekket. Nettaviser handler stort sett om å følge med på nyhetsbildet. Lytting til nyhetspodkaster handler mindre om oversikt, og mer om å sette seg ordentlig inn i konkrete emner eller tema. Her er det viktig å påpeke at nyhetspodkastene Thomas lytter til primært er *Oppdatert* og *Forklart*. Dette er nyhetspodkaster der hver episode presenterer én spesifikk nyhetssak på mellom ti og tjue minutter. Dermed egner de seg ikke til å få et effektivt overblikk over nyhetsbildet i sin helhet.

Informanten John trekker også frem dybde som en viktig funksjon ved nyhetspodkastene. Han påpeker at han lytter til *Forklart* for «å få et litt dypere innblikk i en sak enn du får gjennom en vanlig nyhetsartikkel» samtidig som han gjør praktiske ting i hverdagen:

«Du kan bli oppdatert på en sak mens du pusser tenner på en måte, eller sitter i bilen. Og der og har de gjerne inn folk med peiling som forklarer eller kommenterer, så du får et dypere innblikk i saker.»

Han lytter gjerne til nyheter i en time, men påpeker at det må skje noe veldig spesielt hvis han setter av en time i hverdagen til å *lese* nyheter. Alle informantene har det som John. De synes det er enklere og mindre krevende å lytte til nyhetspodkaster over lengre tid enn å *lese*. Dette handler i stor grad om muligheten til å gjøre ting samtidig som man lytter, og gir ikke følelsen av at de bruker tid på nyheter på samme måte som hvis de leser. Mens flesteparten av informantene påpeker at de lytter til nyhetspodkastene for å forstå hva sakene handler om, setter

Terje ord på hva det er med nyhetspodkastene som gjør det mer effektivt enn å lese artikler i nettaviser:

«I stedet for å lese fire artikler skrevet på fire ulike tidspunkter så kan du høre én podkast og så får du all den informasjonen og litt til, og veldig grundig, fint framstilt.»

Som Terje peker på er det effektivt å lytte til nyhetspodkaster fordi man får mer informasjon enn å lese artikler i nettaviser. Artikkene inngår ofte i en rekke av andre artikler som til sammen fanger essensen i en sak eller et tema. Nyhetspodkastene presenterer derimot nyhetssaker på en måte som gjør at forkunnskaper ikke er nødvendig, særlig nyhetspodkastene *Oppdatert* og *Forklart*. Informanten Nora trekker også frem dybde som funksjonen til podkasten, og sammenlikner det med artikler i nettaviser:

«Altså NRK og VG som jeg går inn på, de artiklene som skrives der, versus podkastene jeg hører på, så er det mer i dybden. Det er mye mer dybde i det jeg hører da.»

Nora følger opp med at podkastene hun lytter til gir henne ulike vinklinger, forklarer henne hva slags betydning sakene har for samfunnet og «at de større linjene kan bli dratt». Hun trekker også frem at nyhetspodkastene er gøyere enn å lese podkaster. Det er tydelig at nyhetspodkaster er en viktig kilde til dybdekunnskaper for informantene, også sammenliknet med å lese nettaviser.

Nyhetspodkastenes funksjon kommer også til uttrykk gjennom hvordan de blir beskrevet i forhold til andre nyhetsmedier enn nettaviser. Informanten Lasses nyhetsrepertoar skiller seg fra de andre informantenes. Han er den eneste som oppgir nyhetsprogrammer på fjernsyn som sin viktigste kilde til nyheter. Likevel har nyhetspodkastene den samme funksjonen for ham:

«Jeg ser jo *Dagsrevyen* hver dag, og det gir jo et bra overblikk, men *Urix [på lørdag]* går jo mer i dybden på spesielle temaer og gir deg en bedre forståelse av hva som skjer».

For Lasses del handler *Dagsrevyen* mer om å få oversikt, mens *Urix på lørdag* gir ham bedre forståelse for de ulike nyhetssakene. Han påpeker at det som skiller nyhetspodkaster fra å se *Dagsrevyen* er at «det gir jo alltid et mye dypere bilde av hva som skjer da. Spesielt *Urix [på lørdag]* forklarer ikke bare hva som skjer, men hvorfor det skjer og hvordan det skjer».

Med utgangspunkt i hvordan lytting til nyhetspodkaster beskrives av informantene i lys av hvordan de bruker andre nyhetsmedier, er det tydelig at mediet har fått en spesifikk funksjon i nyhetsrepertoarene til informantene. Det gjennomgående temaet er at lyttingen handler om å sette seg inn i en nyhetssak for å forstå hva den handler om. På kort tid kan de få det de trenger av dybdekunnskaper om en sak, samtidig som de gjør noe annet. Mye tyder på at effektivitet er en viktig dimensjon for hvordan de setter sammen nyhetsrepertoarene sine. Sjekking av nettaviser handler eksempelvis om å på raskest mulig vis finne ut *om* noe nytt eller interessant har hendt. Lyttingen til nyhetspodkastene handler på sin side om på effektivt vis å sette seg inn i en sak for å *forstå* det som har hendt. Måten de beskriver lytting til nyhetspodkaster antyder at lyttingen gir et utbytte som står i et fornuftig forhold til både tiden og energien de bruker på lyttingen. Spesielt *Oppdatert* og *Forklart* trekkes frem som en enkel og god måte å sette seg inn i nyhetssaker på. Disse podkastene er korte, gir en grundig innføring i ulike temaer og stiller ingen krav til forkunnskaper hos informantene. Samtidig som de lytter til nyheter kan informantene engasjere seg i hverdagslivets gjøremål.

Flere informanter gir uttrykk for at *lesing* av nettaviser er energi- og tidkrevende sammenliknet med sjekking, skanning og lytting. På lik linje med lytting til nyhetspodkaster, er *lesing* i nettaviser noe informantene gjør hvis de vil forstå hva en nyhetssak handler om. Lesingen gir dem likevel ikke det samme utbyttet som nyhetspodkastene. Informantene opplever at nyhetspodkastene presenterer alt man trenger å vite om en nyhetssak, mens artikler i nettaviser ofte gir bruddstykker av nyhetssaker som deler av en lengre rekke artikler. På den måten gir nyhetssakene dem en bedre forståelse for hva sakene handler om. For enkelte informanter har lytting til nyhetspodkaster gjort det lettere å tilegne seg dybdekunnskaper om saker. Enkelte påpeker også at de heller oppsøker nyhetspodkaster enn å lese artikler i nettaviser. Det er ingen som påpeker at nyhetspodkastene gir dem et mindre behov for å sjekke nettaviser, og nettavisene brukes fremdeles som en rask og god måte å få oversikt over nyhetsbildet på.

Ved å undersøke nyhetspodkasters funksjon i unge voksnes nyhetsrepertoarer kan vi identifisere trekk ved lyttingen som skiller den ut som en distinkt praksis for nyhetsbruk. Lytting til nyhetspodkaster har likhetstrekk med det Meijer og Kormelink definerer som *reading* (2020, s. 27). Lesning er en brukspraksis for nyheter som handler om dybde, gjøres individuelt, gjerne i lengre økter og med fullt fokus på det man leser. Nyhetspodkastene lyttes til for dybde, alene og stort sett i lengre økter, men ikke nødvendigvis med fullt fokus på

innholdet i det man lytter til. Siden lyttingen primært kombineres med andre aktiviteter som i varierende grad krever oppmerksomhet, er det ikke en like intens og oppslukende brukspraksis som lesing (Meijer og Kormelink, 2020, s. 21). Dermed er det naturlig å stille spørsmål om hvor mye de får med seg av nyhetene de hører som podkast, eller om det viktigste er at de *føler* at de holder seg oppdatert når de lytter.

6.3 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg undersøkt hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes nyhetsrepertoarer. Gjennom en repertoarbasert tilnærming til nyheter har vi sett hvordan informantene kombinerer bruk av nettaviser og nyhetspodkaster. Som oppsummering vil jeg peke på effektivitet, dybdeforståelse, supplement til sjekking av nettaviser og ulike moduser for lytting mellom diskusjonspodkastene og nyhetspodkastene som gjør dybdykk i nyhetssaker.

Funnene viser at nyhetspodkaster er en effektiv måte å sette seg inn i nyhetssaker på. På kort tid kan de sette seg inn i nyhetssaker mens de gjør andre ting. Primært handler lyttingen om å få en bedre forståelse og å tilegne seg dybdekunnskaper om nyhetssaker. Det er likevel forskjeller mellom hvordan informantene bruker nyhetspodkaster. For de som bruker mindre tid på nyhetspodkaster bærer lyttingen preg av å være aktiv og selektiv. De ivrige lytterne har en mer vanemessig og ritualisert form for lytting. Datamaterialet tyder også på at diskusjonspodkaster som *Aftenpodden* brukes som en mer underholdende vei til nyheter, gjerne for å slappe av. Dette samsvarer med funnene fra kapittel fem, som blant annet peker på at avishusenes diskusjonspodkaster i større grad tilrettelegger for parasosiale relasjoner enn nyhetspodkaster som *Oppdatert*, *Forklart*, *Politisk kvarter* eller *Dagsnytt 18*. Informantene opplever det som gøy å høre folk som jobber med nyheter til daglig diskutere nyheter. Lytting til nyhetspodkaster som *Forklart* og *Oppdatert* er oftere knyttet til et ønske om å sette seg inn i en konkret nyhetssak.

Funnene viser at informantene i utvalget bruker nettaviser flere ganger for dagen. De sjekker og skanner nettaviser hyppig i korte økter når de har en ledig stund. Nettavisene brukes primært for holde seg oppdatert og er en nyttig måte å få en rask oversikt over hva som skjer. Informantene orienterer seg i nettaviser for å få oversikt over nyhetsbildet. Lytting til nyhetspodkaster fungerer som et supplement til den hyppige sjekkingen av nettaviser, og de to formene for nyhetsbruk utfyller hverandre. Informantene opplever nyhetspodkaster som en mer krevende form for nyhetsbruk enn å sjekke nettaviser, men påpeker at det er mindre krevende enn å lese nyhetsartikler i nettaviser. Lesing i nettaviser handler om å sette seg inn i en nyhetssak. Derfor overlapper hensikten med å lese med nyhetspodkastenes funksjon. Datamaterialet antyder også at lytting til nyhetspodkaster i noen tilfeller erstatter lesing i nettaviser. Foruten dette er lytting til nyhetspodkaster en brukspraksis for nyheter som utfyller

sjekking av nettaviser. Nettaviser gir informantene oversikt over nyhetsbildet, mens nyhetspodkastene fyller ut bildet for dem.

Konklusjon

Utgangspunktet for denne oppgaven var å forstå hvordan unge voksne bruker nyhetspodkaster som nyhetsmedium og hvordan det inngår i hverdagslivet deres. Med datamateriale fra dybdeintervju, mediedagbok og spørreskjemaundersøkelse fra elleve informanter har problemstillingen blitt besvart gjennom en eksplorativ tilnærming til unge voksnes bruk av nyhetspodkaster. Oppgaven har undersøkt hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne med utgangspunkt i eksisterende forskning og informantenes egne beskrivelser. Gjennom en repertoarbasert tilnærming til nyhetsbruk har jeg undersøkt hvordan podkastene kombineres med andre nyhetsmedier. Tilnærmingens helhetlige, relasjonelle og brukersentrerte perspektiv har bidratt til å belyse nyhetspodkastenes plass og funksjon i nyhetsdietten til unge voksne. Med utgangspunkt i praksisteori, og informantenes egne beskrivelser av lytting til nyhetspodkaster, har bruk av nyhetspodkaster blitt undersøkt i lys av andre brukspraksiser for nyheter. På denne måten har oppgaven besvart oppgavens to forskningsspørsmål: (1) hvordan nyhetspodkaster inngår i hverdagslivet til unge voksne og (2) hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoaret til unge voksne.

Hovedfunnene i studien er at unge voksne bruker nyhetspodkaster som et beleilig, effektivt, engasjerende og til dels underholdende nyhetsmedium som med letthet kan integreres i praktisk hverdagslogistikk. Samtidig som de får innsikt i en nyhetssak får de utnyttet tiden i hverdagen mer effektivt. Funnene viser at nyhetspodkaster gir unge voksne følelsen av at de gjør noe produktivt mens de gjennomfører aktiviteter i hverdagen som ikke krever for mye oppmerksomhet. Lyttingen legger ikke beslag på tiden deres på samme måte som andre nyhetsmedier gjør, og de får «fylt tid som ellers blir bortkastet». Nyhetspodkastene gir dem innsikt i nyhetssaker på kort tid og presenterer saker på en måte som krever lite forkunnskaper av dem. Ved å lytte til en menneskestemme som presenterer nyhetssaker rett inn i øret deres, mens de pusser tenner eller spiser frokost, viser funnene at unge voksne opplever nærhet til stemmene som snakker. Spesielt faste lyttere av avishusenes diskusjonspodkaster opplever at podkastenes uformelle samtaleform gjør at de over tid etablerer parasosiale relasjoner til avisenes politiske kommentatorer. Dermed kan det virke som avishusene har lyktes med strategien om å, bokstavelig talt, knytte bånd til et yngre publikum gjennom diskusjonspodkastene.

Funnene viser at unge voksne har kontekstspesifikke vaner for lytting til nyhetspodkaster. For noen er lyttingen tett knyttet til hverdagens struktur og rutinemessigheten i hverdagslivets gjøremål. Særsilt integreres nyhetspodkastene i vaner de involverer seg i på daglig basis, som å spise, lage mat eller pendle. Spesielt om morgenen gjør kunnskapene fra nyhetspodkastene dem klar for dagen, og rammer på den måten inn hverdagen. For andre er lyttingen mindre knyttet til spesifikke vaner, spesifikke steder eller tidspunkter på dagen. Disse har integrert lydmedier generelt i et stort utvalg av kontekster i hverdagen, hvor de veksler hva de lytter til på en måte som henger mer sammen med humør, motivasjon og interesse. Nyhetspodkastene er engasjerende og til dels underholdende, men er fremdeles nyheter.

Hovedfunnene viser at nyhetspodkastene har fått en spesifikk plass og funksjon i nyhetsrepertoarene til unge voksne, som henger tett sammen med hvordan de kan integrere lyttingen i et mangfold av kontekster i hverdagslivet. Lytting til nyhetspodkaster kan kombineres med gjøremål og aktiviteter samtidig som podkastene gir en grundig gjennomgang av nyhetssaker på relativt kort tid. Funnene viser at nyhetspodkastene gir unge voksne dybdeforståelse av spesifikke nyhetssaker, særsilt når det gjelder nyhetspodkastene som gjør dypdykk i nyhetssaker. Lytting til nyhetspodkaster og sjekking av nettaviser har forskjellige funksjoner i nyhetsrepertoarene til informantene. Sjekking er noe de engasjerer seg i for å få en effektiv oversikt over hva som skjer, mens de lytter for å forstå det som skjer. Dermed utfyller brukspraksisene hverandre, og kan kombineres. I likhet med sjekking av nettaviser er lytting en praksis de lett kan engasjere i seg på ulike tidspunkter og steder i hverdagen. Lytting til nyhetspodkaster beskrives likevel som en mer krevende brukspraksis enn sjekking av nettaviser, men som en mindre krevende brukspraksis enn lesing. Med utgangspunkt i studiens funn er det tydelig at nyhetspodkaster har fått en unik rolle i unge voksnes hverdagsliv og nyhetsrepertoar.

Funnene i studien viser også hvor viktig betydningen av mobilitet og engasjerende former for nyhetsformidling er for unge voksne. Det er også mye som tyder på at nyhetsrepertoarene deres settes sammen med tanke på hvor beleilig og effektive brukspraksisene tilknyttet nyhetsmediene de engasjerer seg i er.

Avslutningsvis er det viktig å påpeke at informantene ikke alltid vil lytte til nyhetspodkaster, at humør og motivasjon er viktige faktorer for om de er villige til å lytte og at de fleste informantene foretrekker å gjøre andre ting hvis målet er å slappe av. Bruk av nyhetspodkastene bør forstås som et nyttig supplement til hverdagens situasjoner. Studiens metodiske svakheter er at informantutvalget er gjort strategisk og kun består av unge voksne som lytter til nyhetspodkaster ukentlig. Funnene fra studien kan heller ikke generaliseres til alle unge voksne.

Videre forskning

Det naturlige neste steget ville vært å gjennomføre en kombinert kvantitativ og kvalitativ analyse av hvordan nyhetspodkaster inngår i nyhetsrepertoarene til unge voksne med et større utvalg. Slik kunne man undersøkt to forhold. For det første kunne man identifisert ulike typer lyttere av nyhetspodkaster basert på lytterkontekster, hvor ofte og regelmessig de lytter, hva de lytter til og hvor selektive de er når de velger ut episoder å lytte til. Dermed kunne man sett omfanget av ulike måter å integrere nyhetspodkaster i nyhetsdietten på. For eksempel kunne man sett hvor mange som har nyhetspodkaster på repertoaret som et sporadisk supplement til lesing og sjekking i nettaviser, som kun lytter for å sette seg inn i konkrete saker de synes er kjedelige å lese om eller vanskelige å forstå. Da kunne man også belyst hvor mange som i større grad bruker det som sin hovedkilde til dybdekunnskaper om nyhetsbildet, samtidig som man kunne sett omfanget av lytting til nyhetspodkaster. For det andre kunne man undersøkt sammenhengen mellom *lytting* til nyhetspodkaster og *lesing* i nettaviser. Funnene i denne studien tyder på at disse to praksisene har overlappende funksjoner i nyhetsrepertoarene til unge voksne. De som leser mye i nettaviser har trolig et mindre behov for å lytte til nyhetspodkaster, fordi de har dybdekunnskaper nok om nyhetssakene som nyhetspodkastene presenterer. En slik studie kunne belyst viktige aspekter ved sammenhengen mellom ulike brukspraksiser knyttet til nyhetsmediene folk bruker.

Som vi har sett krever nyhetspodkaster relativt lite av dem som lytter, er enkelt å integrere i praktisk hverdagslogistikk og lar folk utnytte tiden i hverdagen de bruker på gjøremål i hjemmet eller pendling. Nytteverdien av nyhetspodkaster er stor sammenlignet med kostnaden, og som denne studien peker på fungerer det som en enkel vei til nyheter, som ikke legger beslag på tid hverdagslivet. Denne studien har et utvalg som allerede lytter til nyhetspodkaster, og de fleste er over gjennomsnitt interessert i nyheter. En senere studie kan se på hvilket utbytte sjeldenbrukere av nyheter får av å lytte til nyhetspodkaster, om det i større grad motiverer dem til å konsumere nyheter hvis de kan integrere nyhetsbruken i praktisk hverdagslogistikk.

Referanseliste

- Andersen, J. 2019. *Om hvordan podkasten finner sin form: En analyse av hvordan podkastmediet er tatt imot, og institusjonaliseres, brukes og beskrives i 2019*. Masteroppgave, Universitetet i Oslo.
- Antunovic, D., Parsons, P. og Cooke, T. R. (2018) 'Checking' and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism*, 19 (5), s. 632-648.
- Bengtsson, S. og Johansson, S. (2020) A phenomenology of news: Understanding news in digital culture. *Journalism*, 0 (0), s. 1464884919901194.
- Berry, R. (2006) Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 12 (2), s. 143-162.
- Berry, R. (2016) Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. *Radio journal*, 14 (1), s. 7-22.
- Berry, R. (2018) 'Just Because You Play a Guitar and Are from Nashville Doesn't Mean You Are a Country Singer': The Emergence of Medium Identities in Podcasting. I Llinares, Dario, Fox, Neil og Berry, Richard (red.) *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Cham, Cham: Springer International Publishing AG.
- Bjur, J., et al. (2013) Cross-Media Use : Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood. I Carpentier, Nico, Schröder, Kim og Hallett, Lawrie (red.) *Audience transformations : shifting audience positions in late modernity*. New York, Routledge.
- Boczkowski, P. J., Mitchelstein, E. og Matassi, M. (2018) "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New media & society*, 20 (10), s. 3523-3539.
- Bottomley, A. J. (2015) Podcasting: A Decade in the Life of a "New" Audio Medium: Introduction. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), s. 164-169.
- Bowers, A. 2005. *The Year of the Podcast* [Internett]. Slate. Tilgjengelig fra: <https://slate.com/news-and-politics/2005/12/the-year-of-the-podcast.html> [Hentet 1. juni 2021].
- Bryman, A. (2012) *Social research methods*, Oxford, Oxford University Press.
- Chan-Olmsted, S. og Wang, R. (2020) Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. *New Media & Society*, 10.1177/1461444820963776.
- Chung, M. og Kim, H. (2015) College Students' Motivations for Using Podcasts. *Journal of Media Literacy Education*, 3 (7), s. 13-28.

- Couldry, N. (2011) The Necessary Future of the Audience. I Nightingale, Virginia (red.) *The Handbook of media audiences*. Chichester, Wiley-Blackwell.
- Craig, C. M., Brooks, M. E. og Bichard, S. (2021) PODCASTING ON PURPOSE: EXPLORING MOTIVATIONS FOR PODCAST USE AMONG YOUNG ADULTS. *International Journal of Listening*, 10.1080/10904018.2021.1913063, s. 1-10.
- Dimmick, J., et al. (2011) The fragmenting mass media marketplace. I Lowrey, Wilson og Gade, Peter J. (red.) *Changing the News : The Forces Shaping Journalism in Uncertain Times*. Florence, UNITED STATES, Taylor & Francis Group.
- Ederly, S. (2015) Red Media, Blue Media, and Purple Media: News Repertoires in the Colorful Media Landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59 (1), s. 1-21.
- Futsæter, K.-A. 2021. *Podkast mot nye høyder* [Internett]. Kampanje. Tilgjengelig fra: <https://kampanje.com/medier/2021/04/--i-2021-vil-en-av-fem-hore-pa-podkast-daglig/> [Hentet 24. mai 2021].
- Galan, L., et al. (2019) How Young People Consume News and The Implications For Mainstream Media. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University.
- Gentikow, B. (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? : kvalitativ metode*, Kristiansand, IJ-forl.
- Gentikow, B. (2007) Kringkasting. En kulturteknikk i endring. *Norsk medietidsskrift*, 14 (1), s. 49-70.
- Hammersley, B. 2004. Audible revolution. *The Guardian* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> [Hentet 10. april 2021].
- Hancock, D. og McMurtry, L. (2018) 'I Know What a Podcast Is' : Post-Serial Fiction and Podcast Media Identity. I Llinares, Dario, Fox, Neil og Berry, Richard (red.) *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Cham, Cham: Springer International Publishing AG.
- Harnes, M. P. 2020. Derfor øker Schibsted innsatsen i PodMe, kun seks måneder etter forrige emisjon. *Shifter* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://shifter.no/nyheter/derfor-okker-schibsted-innsatsen-i-podme-kun-seks-maneder-etter-forrige-emisjon/194472> [Hentet 12. april 2021].
- Hasebrink, U. og Domeyer, H. (2012) Media repertoires as patterns of behaviour and as meaningful practices: A multimethod approach to media use in converging media environments. *Journal of Audience & Reception Studies*, 9 (2), s. 757-779.

- Hasebrink, U. og Hepp, A. (2017) How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, 23 (4), s. 362-377.
- Hasebrink, U. og Popp, J. (2006) Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications*, 31 (3), s. 369-387.
- Helle, B. T. 2021. Schibsted-raid mot podkastmarkedet: Kaprer NRKs storstjerner. *Dagens Næringsliv* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://www.dn.no/etterbors/schibsted-raid-mot-podkastmarkedet-kaprer-nrks-storstjerner/2-1-980179> [Hentet 11. april 2021].
- Jor, E. L. 2019. Aftenpostens «Forklart» er lastet ned 10 millioner ganger på et år. *Medier24* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://m24.no/forklart/aftenpostens-forklart-er-lastet-ned-10-millioner-ganger-pa-et-ar/232488> [Hentet 13. juni 2021].
- Kantar (2020) Interbuss Q4 2020.
- Kantar. 2021. *Podtoppen* [Internett]. Kantar. Tilgjengelig fra: <https://podtoppen.no/> [Hentet 28. mai 2021].
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2015) *Det kvalitative forskningsintervju*, Oslo, Gyldendal akademisk.
- Llinares, D., Fox, N. og Berry, R. (2018) *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*, Cham, Cham: Springer International Publishing AG.
- Markham, T. (2017) *Media and everyday life*, London, Palgrave.
- McClung, S. og Johnson, K. (2010) Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of radio & audio media*, 17 (1), s. 82-95.
- McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory*, Los Angeles, Sage.
- Meijer, I. C. og Kormelink, T. G. (2020) Changing News Use: Unchanged News Experiences? *Disruptions*. Routledge.
- Moe, A. og Kleiven, H. H. (2016) Bruksmangfold : En analyse av nordmenns nyhetskonsum. Trøndelag Forskning og Utvikling.
- Moe, H. og Bjørgan, J. (2019) Bruksmønstre for digitale nyheter. *Reuters Institute Digital News Report, Norge 2019*. Bergen, Universitetet i Bergen.
- Moe, H. og Bjørgan, J. (2020) Flere betaler og lokalavisen er viktig. *Reuters Digital News Report, Norge 2020*. Bergen, Universitetet i Bergen.
- Moe, H., et al. (2019) *Informerte borgere? : offentlig tilknytning, mediebruk og demokrati*, Oslo, Universitetsforlaget.
- Moe, H. og Sakariassen, H. (2018) Bruksmønstre for digitale nyheter: Reuters Institute Digital News Report. Bergen, Universitetet i Bergen.

- Morris, J. W. og Patterson, E. (2015) Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), s. 220-230.
- Naustdal, J. V. M. 2020. *Podkasterfaringer – en kvalitativ studie av unge podkastbrukere*. Masteroppgave, Universitetet i Bergen.
- Nee, R. C. og Santana, A. D. (2021) Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus. *Journalism Practice*, 10.1080/17512786.2021.1882874, s. 1-19.
- Newman, N. og Gallo, N. (2019) News Podcasts and the Opportunities for Publishers. Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N. og Gallo, N. (2020) Daily News Podcasts: Building New Habits in the Shadow of Coronavirus. Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Norstat (2020) Den Store Podrapporten. Oslo, Schibsted og Amedia.
- Nyre, L. (2015) Urban Headphone Listening and the Situational Fit of Music, Radio and Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*, 22 (2), s. 279-298.
- Perks, L. G. og Turner, J. S. (2019) Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. *Mass communication & society*, 22 (1), s. 96-116.
- Peters, C. (2012) JOURNALISM TO GO: The changing spaces of news consumption. *Journalism studies (London, England)*, 13 (5-6), s. 695-705.
- Picone, I., Courtois, C. og Paulussen, S. (2015) When News is Everywhere: Understanding participation, cross-mediality and mobility in journalism from a radical user perspective. *Journalism practice*, 9 (1), s. 35-49.
- Prior, M. (2009) The Immensely Inflated News Audience: Assessing Bias in Self-Reported News Exposure. *The Public Opinion Quarterly*, 73 (1), s. 130-143.
- Røneid, H. 2020. *Her er årets Prix radio-vinnere!*
 [Internett]. Radiodager. Tilgjengelig fra: <https://www.radiodager.no/nyheter/her-er-arets-prix-radio-vinnere-64400/> [Hentet 3. mai 2021].
- Scannell, P. (2014) *Television and the meaning of live: an enquiry into the human situation*, Oxford, Oxford: WILEY.
- Schrøder, K. C. (2011) Audiences are inherently cross-media: Audience studies and the cross-media challenge. *Communication Management Quarterly*, 18 (6), s. 5-27.
- Schrøder, K. C. (2015) News Media Old and New. *Journalism Studies*, 16 (1), s. 60-78.
- Schrøder, K. C. (2019) Medierepertoire. I Agger, Gunhild, et al. (red.) *Medie- og kommunikationsleksikon*. København, Samfundslitteratur.
- Schrøder, K. C., et al. (2003) *Researching audiences*, London, Arnold.

- Sjöberg, U. (2000) «I en dagbok skriver man väl om sina hemlisar?». I Jarlbro, Gunilla (red.) *Vilken metod är bäst - ingen eller alla? : metodtillämpning i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund, Studentlitteratur.
- Spinelli, M. og Dann, L. (2019) *Podcasting : the audio media revolution*, New York, NY, Bloomsbury Publishing.
- Spotify. 2019. *Spotify Announces Strategic Acquisitions to Accelerate Growth in Podcasting* [Internett]. Tilgjengelig fra: <https://investors.spotify.com/financials/press-release-details/2019/Spotify-Announces-Strategic-Acquisitions-to-Accelerate-Growth-in-Podcasting/default.aspx> [Hentet 6. februar 2019].
- Sullivan, J. L. (2018) Podcast Movement: Aspirational Labour and the Formalisation of Podcasting as a Cultural Industry. I Llinares, Dario, Fox, Neil og Berry, Richard (red.) *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Cham, Cham: Springer International Publishing AG.
- Swanson, D. J. (2012) Tuning in and hanging out: A preliminary study of college students' use of podcasts for information, entertainment, and socializing. *The Social Science Journal*, 49 (2), s. 183-190.
- Swart, J., Peters, C. og Broersma, M. (2017) Navigating cross-media news use: Media repertoires and the value of news in everyday life. *Journalism studies (London, England)*, 18 (11), s. 1343-1362.
- Saabye, S. N. og Jauert, P. (2020) Podcast. I Agger, Gunhild, et al. (red.) *Medie- og kommunikationsleksikon*. København, Samfundslitteratur.
- Thagaard, T. (2018) *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitative metoder*, Bergen, Fagbokforl.
- Thorhauge, A. M. (2016) Dagbog som metode. I Kolstrup, Søren, et al. (red.) *Medie- og kommunikationsleksikon*. Frederiksberg, Samfundslitteratur.
- Thyrum, T. 2018. *Podkast – radio på ny plattform? En tekstanalyse av de norske journalistiske podkastene Aftenpodden og Giæver & Joffen*. Universitet i Oslo.
- Tjersland, E. 2015. Vokser med podkast. *Dagens Næringsliv* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://www.dn.no/medier/vokser-med-podkast/1-1-5455394> [Hentet 10. april 2021].
- Van Damme, K., et al. (2015) What's APPening to news? A mixed-method audience-centred study on mobile news consumption. *Mobile Media & Communication*, 3 (2), s. 196-213.
- Veberg, A. og Bjørkeng, P. K. 2021. Hittil har de vært gratis. Nå skal podkaster koste penger. *Aftenposten* [Online]. Tilgjengelig fra:

<https://www.aftenposten.no/kultur/i/EprEOG/hittil-har-de-vaert-gratis-naa-skal-podkaster-koste-penger> [Hentet 11. juni 2021].

Yuan, E. (2011) News Consumption Across Multiple Media Platforms. *Information, Communication & Society*, 14 (7), s. 998-1016.

Ørmen, J. (2016) Are you paying attention? Keeping Up With News in Daily Life. I Jensen, Jakob Linaa, Mortensen, Mette og Ørmen, Jacob (red.) *News across media : production, distribution and consumption*. New York, Routledge, s. 162-179.

Østbye, H., et al. (2013) *Metodebok for mediefag*, Bergen, Fagbokforl.

Aarli-Grøndalen, R. 2019. Går sammen om felles toppliste for podkast. *Journalisten* [Online]. Tilgjengelig fra: <https://journalisten.no/bade-og-moderne-media-nrk/gar-sammen-om-felles-toppliste-for-podkast/359235> [Hentet 10. april 2021].

Vedlegg

Vedlegg 1: Mediedagbok

Mediedagboken under fylles ut hver dag. Formålet med dagboken er å kartlegge podkastbruken din. Du kan svare på spørsmålene i mediedagboken når det måtte passe deg, men helst på kvelden samme dag eller morgenen etter slik at du husker hva du har hørt på.

Dersom du ikke har hørt podkast en dag skriver du det i den første tekstboksen.

Ta kontakt med meg på simen.aarli@student.uib.no eller mobil 95249547 hvis du lurer på noe.
Tusen takk for at du deltar!

Simen

1. Hørte du på podkast(er) i dag, i så fall, hvilke(n) hørte du på?

2. Når på dagen hørte du podkasten(e)?

3. Hva gjorde du da du hørte podkasten(e)?

4. Dersom det var en nyhetspodkast, hva handlet podkastepisoden om, i korte trekk?

5. Dersom det var en nyhetspodkast, hva var grunnen til at du valgte nettopp denne episoden?

Vedlegg 2: Spørreskjemaundersøkelse

Nyhets- og podkastbruk

Dette spørreskjemaet er del to av forskningsopplegget i studien «Hvordan inngår i hverdagen til unge voksne».

Takk for at du tar deg tid til å delta i undersøkelsen. Det tar ca. 12-15 minutter å besvare alle spørsmålene.

Hva er den høyeste utdannelsen du har tatt? Hvis du for øyeblikket er fulltidsstudent, oppgir du den høyeste utdannelsen du har fullført så langt.

- Ungdomsskole (grunnskoleopplæring for voksne)
- Videregående skole (eks. studiespesialiserende eller yrkesfag), arbeidsmarkedskurs, fagbrev
- Høyskole / noe utdanning etter videregående (yrkesfaglig kvalifisering på 1–2 år, f.eks. forkurs, (teknisk fagskole)
- Høyere utdanning (yrkesfaglig opplæring og utdanning, studier mot en ikke-akademisk grad, f.eks. 2-årig høyskoleutdanning, årsstudium ved universitet)
- Bachelorgrad eller tilsvarende
- Mastergrad eller tilsvarende
- Doktorgrad eller tilsvarende

Hvor ofte bruker du Internett til et hvilket som helst formål (dvs. arbeid/privat osv.)? Ta med bruk av Internett fra alle enheter (stasjonær PC, bærbar PC, nettbrett eller mobil) og fra alle steder (hjemme, på jobb, internettkafé eller ethvert annet sted).

- Mer enn 10 ganger om dagen (velg dette hvis du føler at du alltid er tilkopleet Internett)
- Mellom 6 og 10 ganger om dagen
- Mellom 2 og 5 ganger om dagen
- Én gang om dagen
- 4–6 dager i uken
- 2–3 dager i uken
- Én gang i uken
- Mindre enn én gang i uken
- Vet ikke

Hvor ofte leser/ser/hører du vanligvis på nyheter? Med nyheter mener jeg nasjonale, internasjonale, regionale/lokale nyheter og andre aktualitetsprogram fra enhver plattform (radio, TV, aviser eller nett).

- Mer enn 10 ganger om dagen
- Mellom 6 og 10 ganger om dagen
- Mellom 2 og 5 ganger om dagen
- Én gang om dagen
- 4–6 dager i uken
- 2–3 dager i uken
- Én gang i uken
- Mindre enn én gang i uken
- Mindre enn én gang i måneden
- Aldri
- Vet ikke

Hvor interessert, hvis i det hele tatt, vil du si at du er i nyheter?

- Ekstremt interessert
- Svært interessert
- Litt interessert
- Ikke veldig interessert
- Overhodet ikke interessert
- Vet ikke

Hvor interessert, om i det hele tatt, vil du si at du er i politikk?

- Ekstremt interessert
- Svært interessert
- Litt interessert
- Ikke veldig interessert
- Overhodet ikke interessert
- Vet ikke

Hvilke, hvis noen, av følgende har du benyttet som nyhetskilde i løpet av den siste uken? Velg alle som er aktuelle.

- Nyhetsprogrammer eller sendinger på TV som Dagsrevyen eller TV2 Nyhetene
- 24-timers nyhetskanaler som TV2 Nyhetskanalen eller CNN
- Nyhetssendinger eller -programmer på radio som P4 Nyhetene, Dagsnytt, Her&Nå, Dagsnytt18, NRK Alltid Nyheter
- Podkast
- Papiraviser som VG, Aftenposten, Vårt Land
- Trykte tidsskrifter/magasiner som Aftenposten Innsikt
- Nettsider/apper fra aviser som VG, Aftenposten, Bergens Tidende
- Nettsider/apper fra tidsskrifter/magasiner som Aftenposten Innsikt
- Nettsider/apper fra TV- og radioselskaper som NRK, TV2, P4
- Nettsider/apper fra nyhetsformidlere som Nettavisen, SOL, Newsdesk, BuzzFeed
- Sosiale medier som Facebook, Twitter, YouTube

Du nevner at du har benyttet følgende nyhetskilder i løpet av den siste uken. Hvilken av disse vil du si er den viktigste nyhetskilden din?

- Nyhetsprogrammer eller sendinger på TV som Dagsrevyen eller TV2 Nyhetene
- 24-timers nyhetskanaler som TV2 Nyhetskanalen eller CNN
- Nyhetssendinger eller -programmer på radio som P4 Nyhetene, Dagsnytt, Her&Nå, Dagsnytt18, NRK Alltid Nyheter
- Podkast
- Papiraviser som VG, Aftenposten, Vårt Land
- Trykte tidsskrifter/magasiner som Aftenposten Innsikt
- Nettsider/apper fra aviser som VG, Aftenposten, Bergens Tidende
- Nettsider/apper fra tidsskrifter/magasiner som Aftenposten Innsikt
- Nettsider/apper fra TV- og radioselskaper som NRK, TV2, P4
- Nettsider/apper fra nyhetsformidlere som Nettavisen, SOL, Newsdesk, BuzzFeed
- Sosiale medier som Facebook, Twitter, YouTube

Nyhetstilbydere

Jeg vil nå spørre deg om tilbyderne du har brukt til å få nyhetsinformasjon i løpet av den siste uken (dvs. de siste 7 dagene).

Først vil jeg spørre deg om hvilke tilbydere du har brukt til å få nyhetsinformasjon offline dvs. TV, radio, trykket presse og andre former for nyhetstilgang som ikke krever Internett.

Deretter vil jeg spørre deg om hvilke tilbydere du har brukt for å få nyhetsinformasjon på nett (dvs. enhver type nyhetstilgang som bruker Internett).

Hvilke av følgende tilbydere har du brukt for å få tilgang til nyheter offline i løpet av den siste uken (via TV, radio, trykket presse og andre tradisjonelle medier)? Velg alle som er aktuelle.

- BBC News
- CNN
- Al-Jazeera
- NRK Nyheter på TV
- TV2 Nyheter
- Lokal-TV
- SVT (Svensk TV)
- NRK Nyheter på Radio
- P4
- Radio Norge
- Lokalradionyheter
- Aftenposten
- VG
- Dagbladet
- Dagens Næringsliv
- Morgenbladet
- Klassekampen
- Nationen
- Vårt Land
- Dagsavisen
- Adresseavisa
- Bergens Tidende
- Lokal- og regionalaviser som Stavanger Aftenblad, Nordlys, Drammens Tidende osv.
- Andre aviser eller nyhetssendinger utenfra Norge
- Annet _____
- Annet 2 _____
- Vet ikke

Ingen av disse

Du oppga at du har brukt følgende tilbydere for å få tilgang til nyheter offline i løpet av den siste uken. Hvilke av disse, om noen, brukte du 3 eller flere dager? Velg alle som er aktuelle.

- BBC News
- CNN
- Al-Jazeera
- NRK Nyheter på TV
- TV2 Nyheter
- Lokal-TV
- SVT (Svensk TV)
- NRK Nyheter på Radio
- P4
- Radio Norge
- Lokalradionyheter
- Aftenposten
- VG
- Dagbladet
- Dagens Næringsliv
- Morgenbladet
- Klassekampen
- Nationen
- Vårt Land
- Dagsavisen
- Adresseavisa
- Bergens Tidende
- Lokal- og regionalaviser som Stavanger Aftenblad, Nordlys, Drammens Tidende osv
- Andre aviser eller nyhetssendinger utenfra Norge
- Annet _____
- Annet 2 _____
- Vet ikke
- Ingen av disse

Hvilke av følgende tilbydere har du brukt for å få tilgang til nyheter på nett i løpet av den siste uken (via nettsider, apper, sosiale medier og andre former for Internett-tilgang?) Velg alle som er aktuelle.

- BBC News på nett
- CNN.com
- MSN Nyheter
- NRK Nyheter på nett
- TV2 Nyheter på nett
- Al Jazeera online
- P4 på nett
- Aftenposten på nett
- VG Nett
- Dagbladet på nett
- Dagens Næringsliv på nett
- Morgenbladet på nett
- Klassekampen på nett
- Nationen på nett
- Vårt Land på nett
- Dagsavisen på nett
- Adresseavisen på nett
- Bergens Tidende på nett
- Nettsidene til lokal- og regionalaviser som Stavanger Aftenblad, Nordlys, Agderposten osv
- Nettavisen
- ABCnyheter
- Andre aviser eller nyhetssendinger utenfra Norge
- Annet 1 _____
- Annet 2 _____
- Vet ikke
- Ingen av disse

Du oppga at du har brukt følgende tilbydere for å få tilgang til nyheter på nett i løpet av den siste uken. Hvilke av disse, om noen, brukte du 3 eller flere dager? Velg alle som er aktuelle.

- BBC News
- CNN.com
- MSN Nyheter
- NRK Nyheter på nett
- TV2 Nyheter på nett
- Al Jazeera online

- P4 på nett
- Aftenposten på nett
- VG Nett
- Dagbladet på nett
- Dagens Næringsliv på nett
- Morgenbladet på nett
- Klassekampen på nett
- Nationen på nett
- Vårt Land på nett
- Dagsavisen på nett
- Adresseavisen på nett
- Bergens Tidende på nett
- Nettsidene til lokal- og regionalaviser som Stavanger Aftenblad, Nordlys, Agderposten osv
- Nettavisen
- ABCnyheter
- Andre aviser eller nyhetssendinger utenfra Norge
- Annet 1 _____
- Annet 2 _____
- Vet ikke
- Ingen av disse

Har du betalt for nyhetsinnhold på nett, eller benyttet en betalt nyhetstjeneste på nett i løpet av det siste året? Dette kan være et digitalt abonnement, kombinert abonnement for digital- og papirutgave, en donasjon, engangsbetaling for en artikkel, en app, eller elektronisk utgave.

- Ja
- Nei
- Vet ikke

Du nevnte at du har benyttet betalt nyhetsinnhold på nett i løpet av det siste året. Hvilke av følgende betalingsmetoder har du benyttet til å betale for nyhetsinnhold på nett i løpet av det siste året? Velg alle som er aktuelle.

- Jeg gjorde en enkeltbetaling én gang for å få tilgang til én enkelt artikkel eller utgave
- Jeg satt opp en løpende betaling (abonnement eller medlemskap) for en digital nyhetstjeneste – f.eks månedlig, kvartalsvis eller årlig betaling
- Jeg betaler for digitale nyheter som en del av en pakke med både trykte og digitale medier, eller får det som en del av et abonnement på trykte medier

- Jeg har gratis digital tilgang til nyheter som en del av et abonnement på noe annet (f.eks. bredbånd, telefon, kabel)
- Noen andre betalte for at jeg kunne abonnere på eller få tilgang til en digital nyhetstjeneste
- Jeg har foretatt en donasjon for å støtte en digital nyhetstjeneste
- Annet

Hvilke, hvis noen, av følgende enheter bruker du på et hvilket som helst tidspunkt til hvilket som helst formål? Velg alle som er aktuelle.

- Smarttelefon produsert av Apple (iPhone)
- Smarttelefon fra andre produsenter (f.eks. Samsung, LG, Huawei, Sony, osv.)
- Andre telefoner som kan kobles til Internett (f.eks. eldre Blackberry, Nokia funksjonstelefon osv.)
- Stasjonær eller bærbar PC (hjemme eller på jobb)
- Nettbrett fra Apple (f.eks. iPad, iPad Air eller iPad mini)
- Annet nettbrett (f.eks. Samsung Galaxy osv.)
- Lesebrett (f.eks. Kindle, Kobo osv.)
- Tilkoblet TV (en TV som kobles til Internett gjennom en set-top-boks, spillkonsoll, eller en annen boks som Apple TV osv.)
- Smart TV (TV som kobles direkte til Internett uten behov for en annen boks)
- Smartklokke eller armbånd som kobles til Internett
- Taleaktivert tilkoblet høyttaler (f.eks. Amazon Echo, Google Home, AppleHomePod)
- Ingen av disse
- Vet ikke

Hvilke, hvis noen, av følgende enheter har du benyttet for å få tilgang til nyheter i løpet av den siste uken? Velg alle som er aktuelle.

- Smarttelefon produsert av Apple (iPhone)
- Smarttelefon fra andre produsenter (f.eks. Samsung, LG, Huawei, Sony, osv.)
- Andre telefoner som kan kobles til Internett (f.eks. eldre Blackberry, Nokia funksjonstelefon osv.)
- Stasjonær eller bærbar PC (hjemme eller på jobb)
- Nettbrett fra Apple (f.eks. iPad, iPad Air eller iPad mini)
- Annet nettbrett (f.eks. Samsung Galaxy osv.)
- Lesebrett (f.eks. Kindle, Kobo osv.)
- Tilkoblet TV (dette alternativet velges kun hvis du har benyttet en ON DEMAND nyhetstjeneste, slik som nyheter på den røde knappen, digital tekst eller en nyhetsapp fra TV-en)
- Smart-TV (dette alternativet velges kun hvis du har benyttet en ON DEMAND nyhetstjeneste så som nyheter på den røde knappen, digital tekst eller en nyhetsapp fra TV-en)
- Smartklokke eller armbånd som kobles til Internett
- Taleaktivert tilkoblet høyttaler (f.eks. Amazon Echo, Google Home, AppleHomePod)

- Ingen av disse
- Vet ikke

Du nevnte at du har benyttet følgende enheter for å tilgang til nyheter i løpet av den siste uken. Hvilken enhet bruker du hovedsakelig for å få tilgang til nyheter?

- Smarttelefon produsert av Apple (iPhone)
- Smarttelefon fra andre produsenter (f.eks. Samsung, LG, Huawei, Sony, osv.)
- Andre telefoner som kan kobles til Internett (f.eks. eldre Blackberry, Nokia funksjonstelefon osv.)
- Stasjonær eller bærbar PC (hjemme eller på jobb)
- Nettbrett fra Apple (f.eks. iPad, iPad Air eller iPad mini)
- Annet nettbrett (f.eks. Samsung Galaxy osv.)
- Lesebrett (f.eks. Kindle, Kobo osv.)
- Tilkoblet TV (dette alternativet velges kun hvis du har benyttet en ON DEMAND nyhetstjeneste, slik som nyheter på den røde knappen, digital tekst eller en nyhetsapp fra TV-en)
- Smart-TV (dette alternativet velges kun hvis du har benyttet en ON DEMAND nyhetstjeneste så som nyheter på den røde knappen, digital tekst eller en nyhetsapp fra TV-en)
- Smartklokke eller armbånd som kobles til Internett
- Taleaktivert tilkoblet høyttaler (f.eks. Amazon Echo, Google Home, AppleHomePod)
- Ingen av disse
- Vet ikke

Når du bruker Internett for å få tilgang til nyheter, har du brukt noen av følgende nettsider eller apper som samler lenker til flere nyheter i løpet av den siste uken? Velg alle som er aktuelle.

- Apple News (appen kalt News eller nyhetshistoriene som fremkommer når du sveiper til venstre en iPhone, iPad)
- Facebook News
- Snapchat Discover
- Google News (Kun merk dette alternativet hvis du besøker Google News-nettsiden/-appen, ikke for nyheter du finne Google søkeresultater)
- Reddit (lister med brukergenerte nyhetslenker)
- Upday (app som er tilgjengelig for Android-telefoner og som samler nyhetskilder)
- Flipboard
- Newsdesk
- SOL.no
- Startsidene
- Feedly
- TopBuzz

Hvilke, hvis noen, av følgende har du brukt til hvilket som helst formål i løpet av den siste uken?

Velg alle som er aktuelle.

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- TikTok
- YouTube
- Snapchat
- Facebook Messenger
- Pinterest
- WhatsApp
- Telegram
- Discord
- Viber

Hvilke, hvis noen, av følgende har du brukt til å finne, lese, se på, dele eller diskutere nyheter i løpet av den siste uken? Velg alle som er aktuelle.

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- TikTok
- YouTube
- Snapchat
- Facebook Messenger
- Pinterest
- WhatsApp
- Telegram
- Discord
- Viber

I løpet av en gjennomsnittlig uke, på hvilke måter, hvis noen, deler eller deltar du i nyhetsdekningen? Velg alle som er aktuelle.

- Rangerer, liker eller favorittmarkerer en nyhet
- Kommenterer en nyhet på sosiale nettverk (f.eks. Facebook eller Twitter)
- Kommenterer på en nyhet på et nyhetsnettside
- Skriver en blogg om en nyhet eller en politisk sak
- Deler en nyhet via e-post
- Deler nyheter via sosiale nettverk (f.eks. Facebook, Twitter, LinkedIn)
- Deler nyheter via en direktemeldingstjeneste (f.eks. WhatsApp, Facebook Messenger)
- Poster eller sender et nyhetsrelatert bilde eller video til et sosialt nettverk
- Poster eller sender et bilde til en nyhetsnettside/nyhetsbyrå
- Stemmer i en avstemning på en nyhetsnettside eller sosialt nettverk
- Deltar i en kampanje eller en gruppe basert rundt et tema i nyhetene
- Snakker med venner eller kolleger på nett om en nyhet (f.eks. via e-post, sosiale medier, messaging app)
- Snakker med venner eller kolleger om en nyhet (ansikt til ansikt)
- Ingen av disse

En podkast er en serie med digitale lydfiler som du kan laste ned, abonnere på eller lytte til. Hvilke av følgende typer podkaster lyttet du til i løpet av den siste måneden? Velg alle som er aktuelle.

- En podkast om nyheter, politikk eller internasjonale hendelser
- En podkast om dagliglivet (f.eks. kriminalitet, samfunnsrelaterte saker)
- En podkast om spesialistemner (f.eks. vitenskap og teknologi, næringsliv, media, helse)
- En podkast om sport
- En podkast om livsstil (f.eks. mat, mote, kunst, litteratur, reiseliv, moro)
- Jeg har ikke lyttet til en podkast i løpet av den siste måneden

Når hørte du på en podkast for første gang?

- I løpet av det siste året
- 1 år siden
- 2 år siden
- 3 år siden
- 4 år siden
- Mer enn 5 år siden

Hvis du sammenligner med for ett år siden, lytter du mer eller mindre til podkaster nå?

- Mye mindre
- Litt mindre

- Det samme / Vet ikke
- Litt mer
- Mye mer

I hvilke situasjoner hører du på podkaster?

- Hjemme
- Mens jeg beveger meg fra A til B (som myk trafikant)
- På offentlig transport
- I bil
- På jobb
- Mens jeg trener

I hvilke situasjoner hører du oftest på podkaster?

- Hjemme
- Mens jeg beveger meg fra A til B (som myk trafikant)
- På offentlig transport
- I bil
- På jobb
- Mens jeg trener

Hvor ofte gjør du følgende når du hører podkaster?

	Aldri	Månedlig	Flere ganger i måneden	Ukentlig	Flere ganger i uken	Daglig	Vet ikke
Spiser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Husarbeid eller gjøremål	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kjører bil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lager mat eller baker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Slapper av før jeg legger meg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jobber	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gjør meg klar om morgenen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Aldri	Månedlig	Flere ganger i måneden	Ukentlig	Flere ganger i uken	Daglig	Vet ikke
Lytter til podkast uten å gjøre noe annet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lytter sammen med andre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beveger meg fra A til B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tenk på situasjoner hvor du vanligvis bruker podkaster. Hvilke andre lydmedier benytter du i disse situasjonene?

- Musikk
- Lydbok
- Snakker i telefonen
- Innspillinger
- Radio
- Ingen av dem, jeg hører kun på podkaster
- Vet ikke

Når du lytter til podkaster, hvor viktige er disse grunnene for deg?

	Veldig viktig	Litt viktig	Ikke viktig i det hele tatt
For å bli underholdt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å le	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å lære nye ting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å slappe av eller koble av	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å holde meg oppdatert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å få en stund for meg selv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å føle meg inspirert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
For å få selskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

I hvilket år er du født?

Hvilken beskrivelse passer best din situasjon?

- Jeg er fast ansatt, fulltid
- Jeg er fast ansatt, deltid
- Jeg er fulltidsstudent og har lønnet arbeid ved siden av studiene
- Jeg er fulltidsstudent og har ikke lønnet arbeid ved siden av studiene
- Jeg er midlertidig ansatt, fulltid
- (10) Jeg er midlertidig ansatt, deltid
- Ingen av delene
- Annet, vennligst spesifiser _____

Takk.

Tusen hjertelig takk for at du tok deg til å svare på spørsmål om nyhets- og podkastbruk. Vi snakkes på intervju.

Simen

Vedlegg 3: Intervjuguide

Innledning

Småprat for å komme i gang med intervjuet. Fortelle kort om prosjektet og hva intervjuet handler om.

Nyhetsbruk

1. Kan du fortelle om nyhetsbruken din i løpet av en vanlig dag, fra du står opp til du legger deg?
2. På spørreskjemaet har du svart at du bruker mest *nyhetsmedium x* og *nyhetsmedium y* for å få med deg nyheter. I hvilke situasjoner bruker du disse nyhetsmediene?
3. Kan du beskrive hva du gjør når du bruker nyhetsmedium x?
4. Er det andre måter du får med deg nyheter på?
5. Er det noen spesielle situasjoner i løpet av en dag du oftere bruker nyheter?
6. I disse situasjonene, hvordan leser eller ser du nyheter?

Podkaster generelt

Nå skal vi snakke om podkaster generelt.

1. Hvilke typer podkaster hører du på?
2. Kan du nevne de tre podkastene du liker best å høre på?
3. Hva er det du liker med disse?
4. Er det noen spesielle situasjoner eller gjøremål du oftere hører podkaster i?
5. Har du noen spesielle vaner eller rutiner knyttet til podkastlyttingen?
6. Er det noen spesielle podkaster du opplever passer bedre til noen situasjoner eller gjøremål enn andre? For eksempel podkast x, hva er det du helst foretrekker å gjøre når du hører den?
7. Hva er det med podkasten som gjør at den passer gå godt til denne situasjonen?

Podkaster til nyheter

Nå skal vi snakke om nyhetspodkaster.

1. I mediedagboken din skriver du at du hører på nyhetspodkast x og nyhetspodkast y. Er det primært disse du bruker, eller hender det at du bruker andre nyhetspodkaster?
2. Kan du fortelle meg litt om disse nyhetspodkastene?
3. Kan du fortelle meg litt om hva du liker med disse nyhetspodkastene?
4. Hva var det som fikk deg til å begynne å høre på disse podkastene? Har du hørt på dem lenge?
5. Er det noen spesielle grunner til at du ikke hører på nyhetspodkast z (*en podkast som likner veldig på en av nyhetspodkastene informantene hører på*)?
6. Hva gjør du typisk når du hører disse nyhetspodkastene?
7. Når og hvor hører du mest nyhetspodkaster?
8. Når du skal lytte til en nyhetspodkast, hvordan velger du ut hva du skal høre på?
9. Synes du at det er noen situasjoner som egner seg bedre eller dårligere til å lytte til nyhetspodkastene?
10. Det kommer ut mange episoder av denne nyhetspodkasten i løpet av en uke. Hvordan velger du ut hvilke episoder du skal lytte på? (*spesielt relevant til dem som hører*

nyhetspodkaster som kommer ut flere ganger for uken som Forklart, Oppdatert)

Oppfølgingsspørsmål: Hører du alle episodene eller er du mer selektiv?

11. Kan du nevne noen eksempler på saker i nyhetsbildet du har hørt om i podkaster i det siste?
12. Hvordan fikk du kjennskap til denne saken først? Oppfølgingsspørsmål: Leste du om den, fikk du høre om den fra en bekjent eller ble du kjent med den gjennom podkast?
13. Hvordan vil du si at nyheter i tekstform (eller på fjernsyn) skiller seg fra nyheter i podkastform?
14. Hva synes du er fordelene med å lese nettaviser i forhold til å bruke nyhetspodkaster?
15. Hva synes du er fordelene med å lytte til nyhetspodkaster i forhold til å lese nettaviser?

Vedlegg 4: Samtykkeerlæring

Samtykkeerklæring til forskningsdeltaker

Dette dokumentet er en beskrivelse av forskningsprosjektet «Hvordan brukes nyhetspodkaster av unge voksne?», og en erklæring om at du samtykker til å delta som forskningsdeltaker i forskningsprosjektet.

Forskningsprosjektets formål

Formålet med forskningsprosjektet er å undersøke hvordan nyhetspodkaster brukes av unge voksne, gjennom å undersøke (1) hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes hverdagsliv og (2) hvordan nyhetspodkaster inngår i unge voksnes nyhetsrepertoar.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Universitetet i Bergen ved Simen Peder Aksnes Aarli og veileder Hallvard Moe er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du har blitt rekruttert som deltaker til forskningsprosjektet fordi du oppfyller kriteriene for prosjektets målgruppe ved at du hører på nyhetspodkaster minst én gang i uken, og er i alderen 20-29 år.

Hva innebærer det for deg å delta?

Forskningsopplegget du skal delta på er tredelt. Del en er en mediedagbok hvor du fyller ut informasjon om podkastlyttingen din hver dag i én uke. Del to er en spørreskjemaundersøkelse hvor du svarer på spørsmål om nyhets- og podkastbruken din. Del tre er et dybdeintervju hvor vi går nærmere inn på disse temaene.

Det tar totalt rundt 1 time og 30 minutter å gjennomføre forskningsopplegget i sin helhet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Personvern og oppbevaring av opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Opplysningene dine vil bli behandlet konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Navnet og kontaktopplysningene dine vil jeg erstatte med en kode som lagres på en egen navneliste adskilt fra øvrige data. I selve oppgaveteksten vil det ikke være mulig å identifisere deg, da du vil bli tildelt et pseudonym.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Kontaktinformasjonen din vil bli slettet når datainnsamlingen er ferdigstilt og datamaterialet er ferdig bearbeidet. Svarene i mediedagboken og i spørreskjemaet blir slettet med en gang prosjektet ferdigstilles. Lydfilen oppbevares i en passordbeskyttet og kryptert mappe til den slettes.

Når prosjektet avsluttes 15. juni 2021 vil alle personopplysninger om deg være slettet.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Dersom du har spørsmål til forskningen eller ønsker å benytte deg av rettighetene dine, ta kontakt med:

- Universitetet i Bergen ved Simen Peder Aksnes Aarli, e-post: saa039@uib.no eller Hallvard Moe, e-post: hallvard.moe@uib.no
- Vårt personvernombud: Janecke Helen Veim - personvernombud@uib.no

Med vennlig hilsen

Prosjektansvarlig
Hallvard Moe

Masterstudent
Simen Peder Aksnes Aarli

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet nevnt ovenfor og har fått anledning til å stille spørsmål til dette. Jeg samtykker herved til

- å fylle ut en mediedagbok og et spørreskjema
- å delta i et dybdeintervju.
- at lydfil av intervjuet oppbevares fram til det er transkribert

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet.

(Signert av prosjektdeltaker, dato)