

JMG

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2013-01-07

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

Nya tider

En kvalitativ studie om socialdemokratiska opinionsledares
uppfattningar om tidningen Ny tid

Henrik Gudmundsson & Mathias Hvit

Handledare: Jan Strid
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Titel: Nya tider - En kvalitativ studie om socialdemokratiska opinionsledares uppfattningar om tidningen Ny tid

Författare: Henrik Gudmundsson & Mathias Hvit

Handledare: Jan Strid

Uppdragsgivare: Ny tid

Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap

Institution: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, JMG

Sidantal: 54 (inklusive abstract, referenslista och bilagor)

Antal ord: 19 009

Syfte: Studiens syfte är att undersöka vad socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet har för uppfattningar om Ny tid, på papper såväl som på nätet.

Metod: Den kvalitativa samtalsintervjun

Material: Studien bygger på tio samtalsintervjuer med socialdemokratiska opinionsledare som besitter formella positioner och är utspridda över olika delar av partiet och arbetarörelsen.

Huvudresultat: Resultatet visar på att opinionsledarna har användning för tidningen på olika plan. Innehållsmässigt skiftar motiven för användning, där vad som efterfrågas i större skala grundar sig i ett identifikationsmotiv. Det påvisas även att sociala samt underhållande motiv utgör en stor del av läsningen. Vidare finner opinionsledarna olika funktioner med papperstidningen och internet. Papperstidningen är bättre till längre, mer avslappnad läsning. Internet främsta funktioner ligger i snabbheten, tillgängligheten, interaktiviteten, spridnings- och delningsmöjligheten. Ny tids webbsida uppfattas inte uppfylla dessa funktioner idag.

Nyckelord: *Ny tid, Socialdemokraterna, tidning, digitalisering, uses and gratifications, komplementaritetsteori, complementarity theory, opinionsledare*

Executive Summary

Ny tid är en socialdemokratisk tidning vars uppdrag är att, samstämmigt med en lång socialdemokratisk partipresstradition, belysa och bevaka politik och samhälle utifrån arbetarrörelsens perspektiv. Då tidningen är till för partimedlemmar och sympatisörer är det relevant att veta hur läsarna tycker den bevakningen tar sig uttryck och hur det överensstämmer med den bevakning och journalistik som efterfrågas. Ny tid befinner sig på en marknad som är starkt präglad av en ökad digitalisering. Nya medievanor och användarmönster borgar för att kunna erbjuda digitala lösningar som mättar läsarnas efterfrågan. Då presstödet är tidningens huvudinkomst och baseras på papperstidningens upplaga, är det kritiskt att eventuell expansion på internet inte riskerar prenumerationssiffrorna. Att finna en kompletterande relation mellan papper och nät, är för tidningen essentiellt.

Tillsammans med Ny tid har vi arbetat fram syftet att ta reda på hur socialdemokratiska opinionsledare uppfattar Ny tid, på papper såväl som på nätet. Frågor som sorteras in under syftet rör uppfattningar om innehåll, motiv till läsning och vad som efterfrågas. Även uppfattningar om skillnaden mellan användandet av papperstidningen kontra nätet ingår i studien, där respektive medieforms fördelar och möjligheterna till en kompletterande relation utreds. Dessutom samlas opinionsledarnas uppfattningar om deras opinionsledarskap in.

Studien har framförlat tre teoretiska utgångspunkter. Uses and Gratifications har använts för att identifiera, förklara och reda ut respondenternas uppfattningar om Ny tids innehåll och motiv till läsning. Komplementaritetsteori eller Complementarity theory har varit huvudsaklig utgångspunkt i arbetet med att redogöra för respondenternas uppfattningar om papperstidningen respektive internets funktioner och förutsättningarna för en kompletterande relation dem emellan. Till sist har Lazarsfeld och Katz' opinionsledarskapsteori använts vid undersökningen av respondenternas egenskaper som opinionsledare.

Metoden som har använts i den här studien är den kvalitativa samtalsintervjun, vilken är att föredra när människors upplevelser och värderingar ska studeras. Studien bygger på tio intervjuer av socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet. Opinionsledarna besitter formella positioner och är utspridda över olika delar av partiet och arbetarrörelsen.

Studiens resultat visar att alla tänkbara motiv som studiens teoretiska utgångspunkter kretsar kring är av relevans för våra respondenter. Efterfrågan hos respondenterna visar på att innehåll med identifikationsbärande motiv önskas i större utsträckning än vad som finns att tillgå idag. Sociala och underhållande motiv påvisades, sannolikt till stor del på grund av den avslappnade och "bläddervänliga" situation som infinner sig när många respondenter läser tidningen. Innehåll som syftar till att vara informationsbärande motiv, anses av respondenterna som mycket viktig för gemene läsare, och i många fall även för de själva. Detta dock i varierande grad beroende på diversifierade livssituationer och medicintag.

Vid undersökande kring varför läsaren i det stora hela prenumererar på tidningen, framkom tydligt en anledning i form av lojalitet gentemot partiet och tidningen.

Opinionsledarna ser i huvudsak skillnad i funktion när det kommer till att förskansa sig material på papper och på internet. Papperstidningen tillfredsställer genom att passa bättre för längre läsning, mer avslappnad läsning och inger trygghet. Tidningens webbsida nytid.se är sin nuvarande tappning en besvikelse hos opinionsledarna men det finns efterfrågan på tjänster som skulle höja uppskattningen. Alla tillgängliggöranden av material på internet skulle ta del av internets möjlighet till spridning och delning. Det material som i förstahand efterfrågas digitalt är korta, snabba artiklar som kommenterar eller reagerar på aktualiteter. Internets möjligheter till interaktivitet genom möjligheten att kommentera artiklar och föra debatt på sidan efterfrågas. Studien visar att ju större skillnad i upplevd funktion respektive medium har, desto bättre möjlighet till en kompletterande relation. Opinionsledarna passade relativt väl in Lazarsfeld och Katzs modell av en opinionsledare. Tvåstegshypotesen är dock svår att styrka och i den mån den existerar förekommer den i de sociala medierna idag.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	8
2. Problematisering	9
2.1 Presentation av uppdragsgivaren Ny tid.....	9
2.2 Historisk utveckling - den socialdemokratiska tidningen.....	9
2.3 Historisk utveckling - papperstidningen och internet	10
2.4 Samhällelig relevans	11
2.5 Vetenskaplig relevans	12
3. Syfte & frågeställningar	13
3.1 Begreppsförklaring	13
4. Utgångspunkt i tidigare studier.....	14
4.1 Uses and gratifications	14
4.2 När mottagaren blir sändare.....	15
4.3 Expectancy-Value- teorin	15
4.4 Publiken ger förutsättningar.....	15
4.5 Komplementaritetsteori.....	15
4.6 Opinionsledarskap	17
4.6.1 Kritik	17
4.6.2 Aktuellt för Ny tid?	18
4.6.3 Opinionsledare.....	18
5. Metod.....	19
5.1 Metodval.....	19
5.2 Intervjuguide.....	20
5.3 Urval	21
5.4 Lista över respondenter:	22
5.5 Förberedelser intervjusituationen.....	22
5.6 Intervjusituationen.....	22
5.7 Efter intervjun	23
5.8 Etik.....	23

5.9 Vidare om validitet och reliabilitet	24
6. Resultat och analys	25
6.1 Uppfattningar om innehållet i Ny tid.....	25
6.1.1 Rapportering om partiet på ett lokalt plan.....	25
6.1.2 Att kommentera annan press.....	27
6.1.3 Mer debatt och fokus på skiljelinjer.....	29
6.1.4 Läsning som underhållning.....	30
6.1.5 Förhållandet mellan det förväntade och det upplevda på nytid.se.....	30
6.1.6 Lojalitet	31
6.2 Förhållandet mellan Ny tid på papper och på internet	31
6.2.1 Upplevd läsoplevelse på papper kontra nätet	32
6.2.2 Internet som komplement - möjligheter och efterfrågan	34
6.2.3 Full publicering	34
6.2.4 Tätare uppdatering	35
6.2.5 Dela och sprida	36
6.2.6 Kommentera och debattera	36
6.2.7 Mer komplementära ju mer upplevd skillnad i funktion	38
6.3 Opinionsledaren om opinionsledaren.....	38
6.3.1 Den muntlige opinionsledaren	38
6.3.2 Medieintag	39
6.3.3 Pålästheter.....	40
6.3.4 Den digitala opinionsledaren	41
7. Sammanfattning resultat & analys	44
7.1 Uppfattningar om innehållet.....	44
7.2 Förhållandet mellan papper och nät	45
7.3 Opinionsledarna om opinionsledning	45

8. Slutdiskussion.....	46
8.0.1 Upptäckter och svårigheter under arbetsprocessen.....	46
8.1 Rekommendationer till Ny tid	47
8.1.1 Publicering på internet.....	47
8.1.2 Publicering i papperstidningen	48
8.1.3 Publicering på ett innehållsmässigt plan.....	48
8.2 Förslag till vidare forskning	48
9. Referenslista	49
9.1 Bilaga 1	51
9.2 Bilaga 2	52

I. Inledning

Den här studien handlar om en tidning som startades 2006 och om hur den måste förhålla sig till verkligheten 2012

Hösten 2006. *“Saknaden efter en socialdemokratisk tidning i Göteborgsområdet är stor. Därför ber jag dig vara med från start när Ny Tid kommer ut som en veckotidning, första numret kommer i oktober”*.¹

Det här proklamerade det socialdemokratiska kommunalrådet Göran Johansson i ett brev som skickades ut i den socialdemokratiska medlemskretsen i Göteborg. Staden hade varit utan en lokal socialdemokratisk tidning ända sedan Arbetet Ny tid hade gått i konkurs år 2000. Tidningen som kom att döpas till Ny tid Göteborgsområdet skulle inte vara lika omfattande som Arbetet Ny tid men skulle likväl vara en socialdemokratisk tidning med Göteborg med omnejd i fokus.

Sedan den socialdemokratiska tidningen Arbetet Ny tid lade ner sin verksamhet har mycket förändrats. Den ständiga utflytten av mediematerial till internet har gett medierna nya spelregler och ibland försvårande förutsättningar. Men på vägen har även möjligheter uppstått exempelvis i form av de digitala sociala nätverk som gör det möjligt för mediematerial att viralt få en mycket större spridning än vad som varit sannolikt innan. Det är den tid som tidningen Ny tid fötts in i. Det är nya förutsättningar för medier i allmänhet.

Men även om tiderna förändrats så har det alltid varit en utmaning för medier att fånga och göra sig relevanta för en publik. Oavsett om det exempelvis gäller dagspress, Public service-bolag eller partitidskrifter som Ny tid, har existensberättigandet byggts på att vara och uppfattas som relevant.

Vi vill med den här uppsatsen undersöka de förutsättningar som tidningen Ny tid har i förhållande till sina läsare, att på bästa sätt nå ut genom att vara medveten om vad som intresserar och attraherar just deras egen publik. Att lära känna relevanta delar av sin publik är ett stort steg i arbetet med att förstå vad det är man gör, vilka syften man uppfyller, och vad man själv är för någonting. Helt enkelt vad som skapar ens existensberättigande.

¹ Se bilaga 1

2. Problematisering

2.1 Presentation av uppdragsgivaren Ny tid

Tidningen Ny tid beskriver sig själv som en:

“Veckovis utkommande nyhetstidning för Göteborgs-regionen. Belyser politik och samhälle utifrån arbetarrörelsens perspektiv. Nyheter, reportage, analyser, kommentarer och debatt behandlar det som sker regionalt i Västra Götalandsregionen och det lokala i regionen. Ny tid följer även socialdemokratiska partiets och arbetarrörelsens inre organisatoriska och politiska arbete.”²

Ny tid har ca 1900 prenumeranter.³ Läsekretsen består främst av partimedlemmar, aktiva och före detta aktiva inom arbetar- och fackföreningsrörelsen. Tidningen ska syfta till att vara med och nyansera nyhetsrapporteringen och ge en kommentar på det, enligt dem, relativt ensidiga flödet. Publikationen har en lång pressläggning vilket innebär att det flera dagar mellan skrivstopp och färdigtryckt tidning. Tidningen går under tidskriften Aktuellt i Politiken (AiP) som är en liknande tidning baserad i Stockholm men med ett nationellt perspektiv. AiP i sin tur ägs av Socialdemokraterna. Ny tids redaktion består av två skribenter som har hand om Ny tids nyhetsbevakning i Göteborgsområdet. Varje nummer består av Ny tids eget material och innehåller även några sidor från AiP med nationellt fokus. Finansiering av tidningen sker till största del genom presstöd, som grundar sig på hur pass stor upplaga man har. För att betecknas som en lågfrekvent tidskrift ska man överstiga en upplaga på 1500 exemplar, och då ges ut minst en gång i veckan. Resterande del av finansieringen sker genom intäkter från prenumerationsavgiften (410 kr/år) och annonsköp från partiet. Tidningen är i övrigt fri från annonser. Tidningen huserar även över webbplatsen nytid.se där man veckovis publicerar en artikel från varje nummer.

Det finns två historiska kontexter som vi finner relevanta för Ny tid och den här studien.

2.2 Historisk utveckling - den socialdemokratiska tidningen

Ny tid utgör en liten del av den socialdemokratiska partipressen som har en lång historia. Det finns många gemensamma drag i Ny tids syfte idag och de tidiga socialdemokratiska tidningarnas syfte. Folkviljan som grundades av agitatorn August Palm 1882 var den första socialdemokratiska tidningen. Den, liksom de socialdemokratiska tidningarna som grundades under de två följande decennierna, skilde sig på många sätt från de mer etablerade borgerliga tidningarna.⁴ Dessa tidningar, liksom Ny tid idag, skulle regelbundet ge kommentarer och nyheter som var anpassade för arbetarrörelsen. De socialdemokratiska tidningarna tyckte att den borgerliga pressen inte bara hade fel på ledarplats utan ansåg att även nyhetsurvalet var borgerligt präglat. Flera socialdemokratiska tidningar har kommit och gått under årens lopp och ur ett

² <http://www.nytid.se>

³ <http://www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=001591>

⁴ Hadenius et al 2011:69

Göteborgsperspektiv var tidningen Arbetet Ny tid det senaste offret. Tidningen gick i konkurs hösten 2000.⁵ Arbetet Ny tid var en stor dagstidning med daglig utgivning, vilket dagens Ny tid inte aspirerar på. Vad man däremot aspirerar på är att erbjuda partimedlemmar och sympatisörer en bevakning av nyheter och en bevakning av rörelsen de finner relevant.

Sedan den tid då politiska partiers dedikerade tidskrifter var större och mer populära, har mycket förändrats. Dåtidens mediasamhälle bestod i mycket större utsträckning av åtskilda publikers som använde sig av olika dedikerade medium. Exempel på detta kan vara ett politiskt parti, eller en geografisk lokal tillhörighet, exempelvis lokala tidningar, där det har handlat om publikers med gruppmedlemmar som ofta haft mer tydliga inbördes band. Men då fler och fler medier velat möta mer precisa mediebehov hos konsumenter, har detta förändrats med tiden. Istället kan dagens segmentering av marknaden exempelvis grunda sig på olika sociala klasser eller åldersgrupper som kan tänkas ha liknande smak etc. Vad som kopplar samman en publik idag är mer subtilt. Det behöver inte längre finnas lika tydliga inbördes band mellan människorna i publiken. Dagens medieanvändning kallar McQuail för *“the concept of taste culture”*, tidigare myntat av Herbert Glans, som beskriver den förändrade mediekulturen idag.⁶ Vi menar på att detta är en del i vad som förändrat förutsättningarna för partipressen idag i förhållande till dess storhetstid.

Med dessa inbördes band i åtanke blir det naturligt att rikta blicken mot de opinionsledare som potentiellt kan finnas i läsekretsen. Detta med hänvisning till bland annat Lazarsfeld och Katz som menar på att opinionsledarskap i grupper måste ses i ljuset av vilka typer av inbördes band som finns gruppmedlemmarna emellan.⁷ Om det finns en korrelation mellan opinionsledarskap och inbördes band, bör sannolikt opinionsledare i Ny tids läsekrets vara synnerligen relevanta då vi här tycker oss se relativt starka inbördes band, med tillhörighet inom socialdemokratins i Göteborg med omnejd.

Förhållandet till Socialdemokraterna i Göteborg är en realitet genom ägandeskapet. Men vilket förhållningsätt läsarna (det vill säga partimedlemmarna och sympatisörerna) önskar se mellan dels tidningen och dels partiet och rörelsen är inte lika självklart. Partipress har beskrivits av vissa som *“för de redan frälsta”* och *“klubb för inbördes beundran”* medan andra menar att kopplingen till partiet är viktig. För Ny tid är det viktigt att veta vad medlemmarna och sympatisörerna tycker om *“sin”* tidning. Att veta vad målgruppen tycker om materialet idag och vad de har för önskemål om imorgon, hjälper inte bara att göra tidningen relevant utan är nödvändigt för dess existensberättigande.

2.3 Historisk utveckling - papperstidningen och internet

Antalet svenskar som regelbundet läser papperstidningar minskar samtidigt som antalet svenskar som tar del av nyheter på internet ökar.⁸ Internets intåg har introducerat möjligheten att leverera och ta emot nyheter nästan var som helst och när som helst. Nya medieanvändare med nya

⁵ Wadbring et al 2002:5

⁶ McQuail, 1997:31

⁷ Katz, 1957:68

⁸ Färdigh & Westlund, 2010:410

användarmönster och förväntningar innebär att en nyhetsaktör lever med nya krav på digital närvaro. Men det finns faktorer som vi tillsammans med Ny tid finner problematisera en ökad digital närvaro:

- En förskjutning från papperstidningen till internet kan riskera prenumerationssiffrorna och presstödet. Presstödet, som är tidningens huvudinkomst, är teknikbundet och baseras endast på papperstidningens upplaga.
- En papperstidning är fortfarande en produkt som det är lättare att ta betalt för än digitalt material.
- Det kan finnas läsare som inte efterfrågar en digital närvaro utan vill se full satsning på papperstidningen.

Utmaningen för Ny tid ligger i att kryssa mellan efterfrågan på digital närvaro och bibehållandet av läsandet av papperstidningen.

Vår observation av vad som skett i samband med utflytten till internet är bland annat att medieanvändarna har kunnat bli mycket mer flyktiga och välja precis det material som passar dem i stunden, då det är enkelt att växla mellan olika artiklar och medier framför en datorskärm. Man väljer så att säga i större mån material som är intressant än material som skrivs i den tidning man brukar läsa. Detta har sannolikt i synnerhet förstärkts i samband med de sociala mediernas inträde i många människors liv, vilket gjort medieföretag beroende av att kunna förstå och utnyttja dess logik för att nå ut i effektivast möjliga mån. De sociala medierna har förvandlat de användare som önskar till personliga nyhetsförmedlare och fler och fler kommer i kontakt med nyhetsmaterial och politiskt material på det här sättet.

Dessa förhållanden och diskussioner mynnar ut i vårt syfte som är att undersöka vad socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet har för uppfattningar om Ny tid, på papper såväl som på nätet.

2.4 Samhällelig relevans

Att på djupet undersöka hur en tidningsaktörs publik upplever sin tidning kan hjälpa denne att operera under de levnadsvillkor som finns. Många av de förutsättningar som presenterats ovan gäller inte enbart Ny tid, utan delas av hela tidningsmarknaden. Detta medför att det är vår förhoppning att de tankegångar och uppfattningar som presenteras här kan överföras till de situationer och utmaningar som andra aktörer på marknaden står inför. Papperstidningen, dagspress såväl som veckopress, har historiskt haft en stark ställning i Sverige då är den starkt har förknippats med utvecklingen och demokratiseringen av samhället.⁹

Ny tids mer speciella förhållanden och egenskaper gör att studien blir än mer relevant för de aktörer som delar dessa. Att befinna sig på ett utgivningsområde med en kraftigt dominerande aktör med en ledarplats med annan politisk färg gör frågan om mångfald aktuell. Vilken typ av

⁹ Hadenius et al, 2011:25-26

mångfald efterfrågas av sympatisörer och medlemmar av en stads ledande parti när den dominerande tidningen i staden har de politiska motståndarnas färg på ledarplats?

2.5 Vetenskaplig relevans

Publikstudier på tidningar av olika slag har genomförts förut. Men det är Ny tids speciella förutsättningar som vetenskapligt bör relevansgöra den här studien. Tidningens och läsekretsens kopplingar till samma politiska parti medför en lojalitetsaspekt som tidigare inte har forskats om på det sätt vi har valt att göra, med kvalitativa metoder. Överhuvudtaget bidrar studieobjektets geografiska tillhörighet och studiens tidpunkt till förhållanden som tidigare inte vetenskapligt har uttrönts. Studiens geografiska och tidsmässiga förhållanden gör även att vårt opinionsledarperspektiv blir ett relativt originellt sådant. Detsamma gäller forskningen om kompletterande tillstånd mellan medier, något vi finner relevant för Ny tid i papper och på internet. Med andra ord kan man säga att vi inte har upptäckt ett vetenskapligt svart hål, utan snarare rör oss i skuggade partier som vi hoppas kunna belysa.

3. Syfte & frågeställningar

Syftet med studien är som tidigare nämnts att undersöka vad socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet har för uppfattningar om Ny tid, på papper såväl som på nätet.

Studiens syfte ska uppnås med hjälp av följande frågeställningar:

- *Hur ser opinionsledarnas uppfattningar om innehållet i Ny tid ut?*
Med hänvisning till undersökningens syfte, handlar det om uppfattningar kring tidskriften, innehållsmässigt. Med innehåll menas det nyhetsmaterial som tidningen återspeglar; vilken sorts material det är och hur det återspeglas. Vi anser oss kunna mynna ut i vad läsarna efterfrågar av sin tidning, och vad de uppfattar sig ha för användning av tidningens innehåll. Hur uppfattas tidningen som helhet, finns det andra formmässiga faktorer som bidrar till tidningens nytta för läsaren?
- *Vad har opinionsledarna för uppfattningar om förhållandet mellan Ny tid i papper och på nätet?*
Ny tid har två olika typer av plattformar knutna till sig, papperstidningen och en webbsidan nytid.se. Vi vill under den här frågeställningen utröna vad de olika plattformarna uppfyller för olika funktioner för opinionsledarna och vilka olika funktioner de uppfattar att plattformarna bör uppfylla. Hur kan Ny tid och nytid.se komplettera varandra bäst?
- *Vad har opinionsledarna för uppfattningar om sig själva som opinionsledare för Ny tid?*
Vi behandlar här själva opinionsledarskapet och vad tidningen kan dra för slutsatser kring det. Med utgångspunkt i termer och parametrar som presenteras i Lazarsfelds och Katz studier om opinionsledare och tvåstegshypotesen ämnar vi undersöka hur respondenterna uppfattar sig själva som opinionsledare. Sedan går vi vidare för att se vad en tidning som Ny tid kan dra för lärdomar av detta.

3.1 Begreppsförklaring

Opinionsledare

Opinionsledarna i vår studie består av människor som besitter någon form av formell position inom arbetarrörelsen. De innehar antingen politiska uppdrag för socialdemokraterna, är involverade inom fackföreningsrörelsen eller organisationer kopplade till partiet. En utförligare beskrivning av opinionsledarna går att finna under urval i metodkapitlet.

4. Utgångspunkt i tidigare studier

I vår ambition att på ett så förtjänstfullt sätt som möjligt besvara våra frågeställningar har vi tittat närmare på tidigare studier inom, Uses and gratifications-teori, komplementaritetsteori och opinionsledarskap.

4.1 Uses and gratifications

I den socialpsykologiska traditionen har forskarna länge ställt sig frågan "Varför använder folk medier, och vad använder de dem till?" En central byggsten i att få reda på varför, är behov som människor har till sin medieanvändning. Teorin Uses and Gratifications används här ofta och fokuserar på vad användaren har för nytta tillfredställelse av sin medieanvändning.¹⁰

Medieanvändare ses här som aktiva och gör därmed aktiva medieval, med motiv som grundar sig i att tillfredsställa sina egna behov. Metoden säger oss att medieanvändning styrs av fyra grundläggande motiv¹¹:

- Information - ett behov av att exempelvis få upplysning och information om relevanta händelser och tillstånd i den direkta omgivningen, samhället och världen, eller att skaffa sig en känsla av säkerhet genom kunskap.
- Personlig identitet - ett behov av att exempelvis använda medier som referenser för egna personliga värderingar eller att få insikt om det egna jaget.
- Underhållning - behov av exempelvis estetiska njutningar, avkoppling från problem eller ren förströelse såsom tidsfördriv.
- Integration och social interaktion - exempelvis behov av tillhörighetskänsla och att få insikt om andras förhållanden.

McQuail berättar om när Lazarsfeld et al. på 1940-talet undersökte såpoperans betydelse och då, mot förmodan, insåg hur pass stor signifikans dessa serier hade för sina tittare. Detta berodde på att serierna tillfredsställde vissa behov på olika plan: det gav tittarna råd och hjälp, blev ett föredöme för hemmafruar, samt blev ett tillfälle att lätta på sina känslor.¹² Att på liknande vis kunna utröna vad för behov som söker sin tillfredställse hos Ny tids läsare skulle därför kunna visa på vad de mest av allt efterfrågar, kanske utan att de själva veta om precis vad det är. Teorins empiri kretsar då kring vad mediekonsumenter vill ta del av i form av ämnesval, men kan samtidigt behandla just vilken medieform som i störst grad tillfredsställer läsaren, det vill säga om läsningen helst görs i papperstidning eller kanske via en digital plattform på internet. Just detta är något som komplementaritetsteorin behandlar, vilket vi återkommer till senare.

¹⁰ McQuail, 1997:69-72

¹¹ McQuail, 1984:78-79

¹² McQuail, 1997:70

4.2 När mottagaren blir sändare

Tidigare studier har visat att funktioner på sociala nätverk som till exempel bilduppladdningar och statusuppdateringar ämnar till att bygga upp sändarens identitet gentemot mottagarna.¹³ För samtidigt som en mediekonsument enligt Uses and gratifications-teorin ibland tar del av material i identitetsskapande syfte, kan då även denne vidare dela med sig av samma material i liknande syfte.

Man har även kunnat se att det just i ett socialt medium som Facebook är väldigt vanligt att bygga sin identitet på ett visuellt plan, till exempel med hjälp av bilduppdateringar. Detta har att göra med den implicita uttrycksform som en bild tillhandahåller för identitetsskapandet. Att hellre vara implicit, än explicit i sitt uttryckssätt på sociala medier är enligt Zhao ett mer populärt uttryckssätt av olika anledningar.¹⁴

4.3 Expectancy-Value- teorin

Motivation för medieanvändning grundar sig i att medier erbjuder förväntade belöningar, vilka skapas genom tidigare erfarenheter. Dessa belöningar kan också benämnas som tillfredsställelser. Förväntningarna kan grunda sig i erfarenheter från favoritgenrer, favoritmedium, eller favoritfilmer i sig. Skillnaden i värde på den förväntade tillfredsställelsen och värdet på den upplevda tillfredsställelsen, avgör sedan vilken grad av motivation som medieanvändaren får.¹⁵ Detta säger oss att även det motsatta förhållandet bör gälla - att en upplevd tillfredsställelse som är lägre än en förväntad skapar en otillfredsställd publik som varken uppskattar eller viker uppmärksamhet åt mediet, det vill säga en omotiverad publik.

4.4 Publiken ger förutsättningar

McQuail skriver att det förr i tiden var vanligare att klassa publik som kollektiv, om man utanför medieanvändningen delade någon form av kulturell eller social faktor. Publik till en lokaltidning eller en lokal radiostation är exempel på grupper som delar minst en relevant faktor i dessa fall den geografiska.¹⁶ I fallet Ny tid delar läsarna en partitillhörighet, vilket är viktigt att ha i åtanke, då incitamenten och villkoren för tidningens fortlevnad kan se annorlunda ut än för till exempel en dagstidning som lyder under marknadspremissen. Publikens incitament till att betala för en partitidning kan se annorlunda ut. Exempelvis kan det sociala motivet vara mer påtagligt här då denna typ av publik enligt McQuail ofta kan ha tydligare inbördes band än dagspressens publik.¹⁷

4.5 Komplementaritetsteori

Komplementaritetsteori (svensk översättning av engelskans complementarity theory) tar avstamp i antagandet att relationen mellan olika typer av medier går att lokalisera i en analys av tre faktorer: innehåll, kontext och mottagaregenskaper.¹⁸ Olika former av medier kan ha en

¹³ Zhao, 2008:1824-1825

¹⁴ Zhao, 2008:1826

¹⁵ McQuail, 1997:7 –75

¹⁶ Ibid, 27

¹⁷ Ibid, 30-31

¹⁸ Dutta-Bergman, 2004:42

kompletterande relation gentemot varandra om de uppfyller olika former av tillfredsställelse och genom brukarens intresse för specifika ämnen. Teorin är en reaktion mot de mer konkurrensbaserade teorierna som grundas i Maxwell McCombs tanke om relative constancy vilken menar att mediekonsumenters konsumerande av media är konstant, vilket i sin tur har som konsekvens att ett ökande användande av ny media innebär ett minskande användande av traditionell media.¹⁹

Komplementaritetsteoretiker som Mohan J. Dutta-Bergman värjer sig mot sådana tankegångar då de konkurrensbaserade teorierna har ett ensidigt synsätt på både olika typer av medier och användarna. Både medierna och användarna behandlas som homogena enheter som har samma egenskaper och samma upplevelser av sitt medieanvändande. De här jämförelserna tar inte beaktande skillnaderna i användande av medier som uppstår av speciella preferenser av innehåll. Olika användare använder olika medier för att nyttja olika funktioner och uppnå olika mål, menar Mohan J. Dutta-Bergman.²⁰

Genom att kombinera delar ur selective exposure-, niche- och involvement theory konstruerar man ett förhållande där olika typer av medier ingår kompletterande relationer med varandra. Den här kompletterande relationen framkommer när ett underbyggande intresse av ett speciellt ämne eller område leder användaren att gå från ett medium till ett annat för att förskansa sig mer information och stilla sitt intresse och sina behov.

Liknande Uses and gratifications-teorin menar komplementaritetsteoretikerna att individen är lojal till specifikt innehåll baserat på dennes underliggande drifter. Lojalitet är för vår studie ett intressant begrepp. I och med tidningens uttryckta mål med sin journalistik och sin specifika målgrupp kan det verka naturligt att anta att de nuvarande prenumeranterna känner lojalitet anknutet till tidningens innehåll. Kan detta i sin tur innebära en grogrund för en kompletterande relation mellan tidningen Ny tid, hemsidan nytid.se och Ny tids närvaro på sociala medier?

Komplementaritetsteorins influenser från Uses and gratifications-teorin gör sig även påmind i utrönandet av relationen mellan två olika medier. Två mediers potential som komplement till varandra kan många gånger förstås genom att fastslå vilken tillfredsställelse medierna erbjuder användarna i relation till varandra.²¹ Olika former av tillfredsställelse menar man kan upplevas av olika uttrycksformer (ljud, bild, text etc.) men också av vilket sammanhang mediet lämpar sig för (stillasittande användning, mobil användning, om det kräver fullt fokus eller inte). John Dimmick med flera menar att ju mindre överlappning det finns mellan två olika mediers erbjudande av tillfredsställelse till användaren, ju bättre förutsättning för ett kompletterande tillstånd.²²

Komplementaritetsteorins uppfattning om förutsättningar för hur flera olika typer av medier ska kunna användas parallellt kan förhoppningsvis vara ett av flera relevanta analysverktyg för att

¹⁹ Ibid, 43

²⁰ Ibid

²¹ Ibid, 47

²² Dimmick et al, 2000:231

förklara och förstå hur Ny tids opinionsledare tar sig till tidningens material och hur de resonerar kring det.

4.6 Opinionsledarskap

Eliuh Katz och Paul Lazarsfeld introducerade i mitten av förra seklet idén om att kommunikationsflödet mellan massmedier och publiken inte var så direkt som man tidigare föreställt sig. Istället menade författarna att influenser som härrör från massmedier först når opinionsledare. Opinionsledarna för i sin tur vidare det de har läst och hört till människor de träffar dagligen och som betecknar personen i fråga som inflytelserik i relation till dem.²³ Kommunikationen mellan medierna och mottagarna kan uttryckas i en tvåstegsmodell, där opinionsledaren är en mellanhand mellan mediet och mottagaren. Mellanhanden i sin roll som opinionsledare kan dels fungera som en tillhandahållare av specifikt material och dels som en tolkare av redan inhämtat material. Modellen nämns ofta som tvåstegshypotesen.²⁴

De här slutsatserna drogs från studier som visade att medierna inte var så allsmäktiga som man tidigare trott. Lazarsfeld och Katz urskiljde i sin studie tre former av effekter som massmedier kunde ha på publiken²⁵:

1. Aktivering av redan underliggande politiska predispositioner, med andra ord politiska värderingar och åsikter.
2. Förstärkning av redan befintliga åsikter, värderingar och åsikter som publiken bär på.
3. Omvändning av politisk ståndpunkt och/eller tillhörighet.

Studierna visade dock att medieeffekterna på publiken var ringa och andelen som omfattades av en omvändningseffekt var färre än tio procent. Istället fann man att personliga och sociala faktorer visade sig vara avgörande gällande att människor påverkades på olika sätt och olika mycket av att ta del av medier => tvåstegshypotesen.

4.6.1 Kritik

Efterföljande kritiker av tvåstegshypotesen pekar på flera omständigheter som gör resultatet bundet till tiden de utfördes. Partiidentifikationen var hög samtidigt som den politiska rörligheten var låg.²⁶ Fler bland allmänheten hade en fast lojalitet som gjorde mediernas påverkansmöjligheter begränsade. För svenska förhållanden spelade även partipressens ställning roll. Fram till 1960-talet var dess ställning stark. Tidningarna stod nära de politiska partierna och det märktes även på nyhetsplats.²⁷ Läsarna vände sig ofta till tidningar som hade samma färg som deras politiska predispositioner vilket gjorde mediernas potential till omvändningseffekt begränsad. För den svenska mediepubliken ser samhället inte ut så här längre. Partiidentifikationen har sjunkit och

²³ Katz, 1957:61

²⁴ Gripsrud, 2011:80-81

²⁵ Strömbäck, 2009:85-86

²⁶ Ibid, 87

²⁷ Hadenius et al, 2008:63

väljarkåren är mer rörlig än någonsin tidigare.²⁸ Partipressens roll i samhället är starkt decimerad och den opartiska nyhetsrapporteringen i flera medieformer är dominerande.

4.6.2 Aktuellt för Ny tid?

Men Ny tids läsare och tidningens målgrupp är inte representativa för den utvecklingen. Tidningen är per definition en partitidning och läsekretsen identifiera sig i olika grad med det socialdemokratiska partiet. Kan det här innebära andra förutsättningar och spelregler för tvåstegshypotesen och opinionsledare att verka i? Eliuh Katz genskjuter och skriver att opinionsledarskap endast kan förstås mot bakgrund av vilka mönster av sociala relationer som råder inom gruppen och av hur förhållanden och förhållningssätt gentemot världen utanför gruppen ser ut.²⁹ Kontexten som aktörerna verkar i och förutsättningarna för kommunikation dem emellan avgör hur möjligheterna för opinionsledarskap ser ut och hur de ska yttra sig och vilken effekt den kan ha.

4.6.3 Opinionsledare

För att identifiera och förklara opinionsledare har Lazarsfeld och Katz två parametrar som utmärker opinionsledare:

1. I vilken utsträckning personen i fråga försökt övertyga någon om sina politiska idéer.
2. I vilken utsträckning personen i fråga blir tillfrågad om råd vid en politisk fråga.

Opinionsledaren svarar i hög utsträckning jakande på båda dessa frågor. Lazarsfeld och Katz menar att opinionsledare inte är reserverat för någon speciell klass eller bransch utan de är närmast jämt fördelade över alla grupper i samhället. De drar också slutsatsen att opinionsledare är mycket lika de människor som de influerar.³⁰ Deras studier visade dock att opinionsledare i högre grad än resten av befolkningen tog del av material från radio och tidningar (studierna genomfördes på 1940-talet) som berörde ämnen de var opinionsledare kring. Opinionsledarna i Ny tids läsekrets skulle kunna uppfattas som den gamla tidens läsare som är lojala och läser tidningen av en anledning som är sprungen ur att de använder tidningen som ett identifikationsinstrument. Det är intressant att se på hur dessa opinionsledare uppfattar innehållet i Ny tid och hur tidningen förmedlar det. Likaså är det intressant att utröna hur opinionsledarna själva resonerar kring att förmedla material vidare till andra.

²⁸ http://www.scb.se/Pages/TableAndChart____272978.aspx

²⁹ Katz, 1957:68

³⁰ Ibid, 63

5. Metod

I det här kapitlet ämnar vi förklara och berättiga de metodologiska val vi har gjort för att uppnå studiens syfte. Syftet med studien är att fånga upp och redogöra för vad socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet uppfattar om Ny tid, såväl i papper som på nätet.

5.1 Metodval

För att på bästa sätt besvara studiens syfte valde vi att göra en kvalitativ studie i form av respondentintervjuer. Vår studies ansats och problemformulering handlar i grunden om att synliggöra hur en grupp människor uppfattar sig själva och en produkt och då är respondentintervjuer en passande metod.³¹ Hade vår utgångspunkt i studien varit att fånga in frekvenser och frågat oss hur många eller hur mycket något förekommer hade en kvantitativ metod varit att föredra. I stället för bredden en kvantitativ studie erbjuder var vi ute efter djupet som den kvalitativa samtalsintervjun skänker.

Peter Esaiasson med flera menar att ett område där samtalsintervjuer är en passande vetenskaplig metod är när vi vill veta hur människor uppfattar sin värld.³² Vi är intresserade av hur socialdemokratiska opinionsledare i Göteborg uppfattar Ny tid och deras användande av den, utifrån deras personliga förutsättningar och föreställningar. Att yrka på djupare förståelse fordrar att forskaren strävar efter att förstå världen som intervjupersonen själva upplever den. Som ett exempel: Före intervjustadiet misstänkte vi att det kunde föreligga en lojalitetsdimension i varför våra socialdemokratiska opinionsledare läser eller prenumererar på Ny tid som är en socialdemokratisk tidning. I vilken mån lojalitet innehas och hur det yttrar sig kan te sig väldigt personligt och därmed yttra sig på väldigt många olika sätt. Här är samtalsintervjun att föredra med sina följsamma följdfrågor gentemot till exempel den kvantitativa enkätundersökningen.³³

Vi kan med kvalitativa respondenterintervjuer inte göra anspråk på generaliserbarhet. Våra respondenter representerar sig själva, sina åsikter och sina uppfattningar. De kan inte tillskrivas representera några större grupper i direkt mening såsom sker med kvantitativa metoder. Vad vi däremot tror oss kunna göra med våra intervjuer, kopplat till relevant teori, är att identifiera och synliggöra mönster som ger en djupare förståelse.

Då vår metod valdes diskuterades även alternativa sätt att utföra vår studie på. Att istället göra en kvantitativ undersökning var ett förslag. Fördelarna skulle vara att vi då sannolikt skulle kunna göra generaliseringar som tydligare skulle kunna fastslå mönster för en större grupp. Ny tid hade redan gjort publikenkäter till sina läsare, men dessa behandlade inte de specifika innehållstyperna i tidningen, eller det kompletterande förhållande som vi ville undersöka mellan papperstidningen

³¹ Esaiasson et al, 2012:252

³² Ibid, 253

³³ Ibid, 251

och publicering på internet. De tidigare undersökningarna behandlade även effekter av läsandet. Nackdelarna med en kvantitativ studie är dock att det är svårare att gå ner djupare i detalj och exempelvis se på enskilda anledningar och motiv till olika åsikter och beteenden, något vi ansåg som synnerligen relevant.

I en diskussion kring kompletterande studier kring ämnet så hade vår kvalitativa studie med fördel istället kunnat efterföljas av en kvantitativ enkätundersökning. Våra respondentintervjuer med efterföljande analys har då förhoppningsvis tillfört nya variabelvärden eller uppslag till nya variabler till en sådan undersökning. En sådan kvantitativ studie skulle till exempel kunna undersöka hur förutsättningarna för att använda vissa tjänster och efterfrågan på visst material ser ut i hela gruppen.

5.2 Intervjuguide

I kvalitativa intervjuer används inga färdiga frågeformulär utan som Esaiasson med flera skriver, med hänvisning till Stein Kvale, är målet med intervjun att framkalla spontana beskrivningar som är baserade i intervjupersonernas egen verklighet.³⁴ Dramaturgin och frågornas ordningsföljd styrs av interaktionen mellan intervjuaren och den intervjuade. Här uppstår ett behov av avvägning mellan reliabilitet och en god interaktion. God reliabilitet uppnår man när mätverktyget (frågorna) mäter jämbördigt över de analysenheter (respondenterna) studien består av.³⁵ Vi ville avhandla samma frågor med alla respondenterna på ett sådant sätt att de har haft liknande förutsättningar att besvara dem, samtidigt som inte vi inte vill strukturera upp intervjun för hårt med risk att missa spontana utläggningar och uppfattningar. Vi designade därför en intervjuguide baserad på tre teman passande till semi-strukturerade intervjuer.³⁶ Våra teman var Tidningen Ny tid, Ny tid på internet, Opinionsledarskap. Våra teman går tydligt att koppla till de frågeställningar vi har ställt upp för att lösa vårt forskningsproblem. Varje intervju inleddes med enklare kontrollfrågor som ålder, yrke och deras roll i socialdemokratien. Detta syftade till att ge en bakgrund till varje respondent och det förde även med sig att skapa kontakt och god stämning, det fungerade som en slags uppvärmning. Sedan följde de tematiska frågorna. Inledningsfrågorna ska vara öppna för att respondenten ska få göra sin egen ingång och själv får avgöra vilka som är de viktiga dimensionerna av fenomenet i fråga.³⁷ Det här var vår ledstjärna men det hände att vi klämde in en kort kontrollfråga (läser du Ny tid?) för att fortsätta och öppna upp intervjun med frågan (Vad tycker du om Ny tid?). I och med vår ambition att täcka flera områden och aspekter var ibland direkta frågor nödvändiga när respondenten inte avverkade det av sig själv. Under intervjuerna förekom också på sina håll tolkande frågor som användes i slutskedet i avverkandet av ett speciellt område för att fånga upp och säkerställa att intervjuaren och respondenten uppfattade svaren på samma sätt.

³⁴ Ibid, 264-265

³⁵ Ibid, 63

³⁶ Se bilaga 2

³⁷ Esaiasson et al, 2012:265

5.3 Urval

Vi valde att intervjua tio stycken respondenter som ingick i den grupp som nämns i syftet; socialdemokratiska opinionsledare i Göteborgsområdet. I en forskningsstudie som ämnar undersöka en aktör eller människors förhållande gentemot en aktör är den gängse bilden att aktören i fråga ska ha så lite som möjligt att göra med studiens urval av analysenheter. Detta är för att minimera risken att snedvrیدا “verkligheten” och få överrepresentation av respondenter som förväntas ge eftersökta svar. Men helt utanför urvalsprocessen kunde Ny tid inte vara. Vår kontaktperson på Ny tid hade dels bättre uppgifter om vilka som kan räknas som opinionsledare i Göteborgsområdet och ännu mer; vilka som läser Ny tid. Med en annan tidsram hade vi möjligtvis kunnat göra ett urval helt på egen hand, men med de förutsättningar som gällde var det svårt. Hade vi valt ett urval som utgick från de mer offentliga och namnkunniga politikerna inom socialdemokratin i Göteborg hade det varit lättare för oss att identifiera dem själva. Varför vi aktivt valde bort de mest namnkunniga politikerna var för att vi misstänkte att vi då riskerade att få tillrättalagda svar. Tidningen ägs i slutändan av partiet och det kan göra ögat mindre kritiskt. Ny tid bistod med en lista med ett 30-tal namn på. På listan stod även vad personerna hade för koppling till Socialdemokraterna.

I den mån vi har funnit det nödvändigt har vi följt Grant McCrackens råd när det kommer till att välja intervjupersoner.³⁸ Alla respondenter var **främlingar** vilket underlättade för oss att hålla en vetenskaplig distans gentemot respondenterna.

Vi intervjuade ett relativt **litet antal** respondenter. I respondentundersökningar ska så många intervjuer genomföras tills att teoretisk mättnad har uppstått, det vill säga tills det inte framkommer några nya relevanta aspekter av det fenomen som står i centrum för undersökningen. Än en gång handlar antalet intervjuer om en avvägning mellan bredd, djup och vilken tidsram man har att tillgå.

Vi misstänkte att tio intervjuer skulle vara ett väl avvägt antal i dessa hänseenden och bokade in det. Intervjuernas bidrag till kunskapskumulativiteten avstannade framåt de sista intervjuerna, vilket talade för teoretisk mättnad.

Rådet att avstå från **subjektiva experter** har inte varit relevant för vår undersökning. Då vår undersökningsgrupp utgörs av socialdemokratiska opinionsledare har de som attribut att ha ett politiskt eller fackligt förtroendeuppdrag. Att vara en så kallad subjektiv expert ingår i respondentprofilen.

Vårt strategiska urval har tagit i beaktande både intensitet i urval och maximal variation.³⁹ Med intensitet i urvalet menas att man bör välja personer som kan tänkas tillföra specifik kunskap med avseende på forskningsproblemet. Våra respondenter har erfarenhet av läsa Ny tid och kvalificerar sig som opinionsledare. Genom maximal variation tar man hänsyn till intervjuobjektens olika egenskaper. Målet är att få en så stor variation som möjligt inom gruppen

³⁸ Ibid, 259

³⁹ Ibid, 260-261

av utvalda intervjuobjekt för att dokumentera variationer och identifiera gemensamma mönster. De egenskaper vi tog hänsyn till i den här studien är kön, ålder och position inom socialdemokratin (det har varit vår avsikt att få respondenter från olika håll inom fackföreningsrörelsen och partiet). Två av de egenskaper som räknats upp kunde vi identifiera direkt från listan av potentiella intervjuobjekt som Ny tid bistått med: kön och position. Vi valde fem kvinnor och fem män utspritt över olika delar av socialdemokratin i Göteborgsområdet. Deltagarnas ålder hade vi ingen uppgift om förrän vi kom i kontakt med dem men det visade sig sträcka mellan 27 år och 69 år. Det hade möjligtvis förstärkt urvalet ytterligare att ha någon yngre än 27 år bland respondenterna men vi finner ändå att vi fick en relativt god variation.

5.4 Lista över respondenter:

Ann-Sofie Tsuppuka, 27 år, Hotell- restaurangfacket (HRF)
Nisse Lindblom, 54 år, Målare, aktiv i Svenska målareförbundet
Kerstin Billmark, 69 år, Pensionär, Svenska KommunalPensionärers Förbund (SKPF)
Johan Büser, 29 år, Sveriges Socialdemokratiska Ungdomsförbund (SSU)
Staffan Lindström, 39 år, Informatör LO Västsverige
Malin Jonasson, 47 år, Förskollärare, styrelseledamot i arbetarkommunen Kungälv
Janette Olsson, 39 år, Lärare, Kommunpolitiker Stenungsund, aktiv i Lärarförbundet
Anders Rollings, 32 år, IF Metall SKF
Anna Skarsjö, 38 år, Undersköterska, aktiv i Kommunal
Ulf Bjereld, 55 år, Statsvetare, Socialdemokrater för tro och solidaritet

Intervjupersonerna kontaktades per telefon.

5.5 Förberedelser inför intervjuerna

Vi avsatte en vecka åt att genomföra våra tio intervjuer. De potentiella respondenterna kontaktades per telefon drygt en vecka innan intervju. I samtalen presenterade vi oss som studenter och berättade om syftet med studien och att den gjordes på uppdrag av Ny tid. Vi berättade att intervjuerna förväntades ta mellan 30 minuter och en timme. Vi fick bra gensvar från dem vi frågade och fick intervjuer med de tio första vi kontaktade, det blev med andra ord inget bortfall.

5.6 Intervjusituationen

Vi klargjorde för respondenterna att intervjuerna skulle göras på deras villkor, att det skulle vara så bekvämt som möjligt för dem. Åtta av de tio intervjuerna genomfördes på respektive respondents arbetsplats. De två resterande intervjuerna genomfördes i ett avskilt rum på ett bibliotek och i ett bokat grupprum på Kurs- och tidningsbiblioteket. Vi ville genomföra intervjuerna på en plats som respondenterna antingen kände sig hemmastadda i eller åtminstone uppfattade som neutral.⁴⁰ Alla intervjuer genomfördes i lugna och avskilda miljöer så när som på en som genomfördes i ett större, offentligt rum i ett bibliotek där någon kikade in då och då. Ingen av respondenterna verkade hämmade under intervjun. Vid varje intervju användes

⁴⁰ Ibid, 268

bandspelare så att vi som intervjuare kunde ägna mer av vårt fokus på samtalet än åt att anteckna vad respondenterna svarade.

Intervjuerna tog mellan 27 och 65 minuter. Överlag fungerade intervjuerna bra. Variationen i tid berodde på i vilken mån respondenten uttryckte sig distinkt eller mer svävande. I en del av intervjuerna kunde intervjupersonerna i särskilda frågor gå ifrån respondentrollen och ge svar av informantkaraktär. Med tanke på de berördas professioner är det inte så förvånande, de besitter stort yrkeskunnande i de frågor vi diskuterade. När detta skedde i intervjusituationen ansträngde vi oss för att även få ett subjektivt svar på den aktuella frågan. Även i analysstadiet är det viktigt att vara medveten om distinktionen mellan svar av respondent- och informantkaraktär då informantintervjuer behöver granskas och prövas utifrån källkritiska principer.⁴¹ I vilken utsträckning vi lyckas förhålla oss till respondent/informant-svar i intervju- och analysstadiet påverkar studiens validitet och reliabilitet.

Ju fler intervjuer vi genomföre desto bättre blev vi på att bedöma vilka frågor som var effektivast för att öppna upp respondenten. Så här i efterhand kan vi konstatera att en pilotintervju sannolikt varit behjälplig. Fast samtidigt uppfattar vi att intervjuerna på det stora hela genomfördes på ett konsekvent sätt.

Vi genomförde alla tio intervjuerna tillsammans vilket reducerade risken att vi hade använt vårt mätverktyg (intervjuguiden) på olika sätt på våra analysenheter (respondenterna). Detta uppfattar vi skänker vår studie högre reliabilitet än om vi hade delat upp intervjuerna mellan oss

5.7 Efter intervjun

Transkriberingen av intervjuerna delade vi upp oss emellan, fem vardera. Sedan sorterade vi ut de passager som var relevanta för respektive frågeställning med hjälp av överstrykningspennor och liknande. Det sorterade materialet användes sedan som grund i resultatdelen som följer. Analysarbetet gick i korthet ut på att utkristallisera korrelationer och variationer mellan våra respondenter och med hjälp av relevant teori lösa vårt forskningsproblem.

5.8 Etik

Steinar Kvale och Svend Brinkmann beskriver i boken *Den kvalitativa forskningsintervjun* fyra aspekter forskaren ur etisk synpunkt ska ta hänsyn till: informerat samtycke, konfidentialitet, konsekvenser och forskarens roll.⁴² I kontakten med respondenterna klargjorde vi syftet med studien och att deras namn hade stått med på en lista framtagen av Johan Flanke på Ny tid. Vi hade från början avsikten att i den mån det var möjligt inte ha anonymiserade respondenter. Studiens syfte och frågornas natur tyckte vi inte nödgade detta och att visa på deltagarnas utspriddhet styrkte studien. Dessvärre informerade vi inte respondenterna om vår önskan om öppet deltagande före intervjutillfällena, men det är vår bedömning att de svarade utifrån vetskapen att deras namn skulle publiceras.

⁴¹ Ibid, 228

⁴² Brikmann & Kvale, 2009:87-92

Efter vi var klara med intervjuerna återkopplade vi med respondenterna och frågande om tillstånd att använda deras namn i studien och koppla specifika citat till dem. Alla samtyckte. En av respondenterna ville få sina citat skickade till sig för verifiering, så gjordes. Vi varje intervjutillfälle har vi använt bandspelare och frågat om respondentens tillåtelse att spela in dem och fått detta.

5.9 Vidare om validitet och reliabilitet

Ovan har nämnts några faktorer som har påverkat studiens validitet och reliabilitet. Här följer en vidare diskussion.

Vad validitet är i en forskningsstudie är avhängigt om studien är kvantitativ eller kvalitativ. I en kvantitativ studie, där resultatet utmynnar i siffror, begränsas validiteten till det som går att mäta.⁴³ God validitet i en kvantitativ studie innebär att du mäter vad du tror att du mäter. I kvalitativ forskning, i vilken vår undersökning går in under, breddar Kvale och Brinkmann perspektivet kring validitet och menar att god validitet är när din metod undersöker vad den är avsedd att undersöka. När den kvalitativa studiens observationer verkligen speglar de fenomen och variabler som intresserar oss uppstår validitet.

Vår studie generaliserar inte och gör inga anspråk på frekvenser, vilket medför att tonvikten i studiens validitet förskjuts från validering av slutproduktens resultat till att genomsyra hela forskningsprocessen. Utöver de faktorer som kan ha påverkat studiens validitet som har nämnts tidigare i metodkapitlet uppfattar vi studien i övrigt ha god validering i de sju stadier av forskningsprocessen som Brinkmann/Kvale räknar upp.⁴⁴

Gällande reliabilitet har vi tidigare nämnt studiens styrka i att vi genomförde intervjuerna tillsammans. Vi som intervjuare har varit med på alla intervjuer och har kunnat påverka så intervjuerna genomförts så konsistent och konsekvent som möjligt. Om vi istället hade delat upp intervjuerna emellan oss och genomfört dem individuellt hade risken varit att vi använt analysverktyget på skilda sätt.

⁴³ Ibid, 264

⁴⁴ Ibid, 267

6. Resultat och analys

I det här kapitlet presenteras studiens resultat och analys. Kapitlet är uppdelat i tre teman som vardera avhandlar varsin av våra tre frågeställningar. De tre temana heter Uppfattningar om innehållet i Ny tid, Förhållandet mellan Ny tid på papper och på nätet och Opinionsledaren om opinionsledaren.

6.1 Uppfattningar om innehållet i Ny tid

Det första temat i vår undersökning ämnar att se på läsarnas preferenser, som avgör hur pass tillfredsställd en läsare är av tidningen och dess innehåll. Vi knyter här först och främst an till Uses and gratifications-teorin, då vi vill förstå vad läsarna har för nytta och behållning från tidningen. Vad tillfredsställer läsaren i slutändan? Till en början kommer vi främst att behandla vad innehållet i artiklarna kretsar kring - men inslag av uppfattningar kring faktorer som rör form förekommer under hela resultatavsnittet.

Det finns olika typer av nyheter som tidningen Ny tid rapporterar om. Det kan handla om nyhetsämnen som skiljer sig åt, men även om olika syften i artiklar som publiceras. Medan arbetet fortskridit har vi funnit tre olika typer av artiklar som Ny tid publicerar:

- Rapportering kring partiet lokalt
- Att kommentera och ge en egen vinkel på andra tidningars nyhetsmaterial
- Artiklar av ideologisk karaktär som ska tända en glöd hos läsarna

Vi har valt att i tidningens innehåll skilja på dessa tre typer av artiklar, och undersöka hur respondenterna ser på dessa.

6.1.1 Rapportering om partiet på ett lokalt plan

Då alla våra respondenter befinner sig på olika platser i rörelsen, och då vissa arbetar med politik medan somliga har yrken helt bortkopplade från politiken, så tänker vi oss att deras behov ser aningen olika ut. Det finns dock en tendens bland en överhängande del av respondenterna, som handlar om rapporteringen kring vad som händer på ett lokalt plan. Ibland i ett informationssökande syfte, då detta nyhetsmaterial är svårare att tillgå någon annanstans, till skillnad från mer generella politiska nyheter.

“I och med att jag redan har läst delar av materialet i en annan tidning så läser jag kanske det som rör partiinterna saker som jag är intresserad av, sådant som är viktigt att känna till. Eftersom den här tidningen sitter fysiskt nära den lokala partiledningen så kan man se den lite som en barometer; man försöker läsa vad som är på gång i partiet och hur det ska uppfattas.” Ulf, 55

Inom ramen för denna tendens ser vi även prov på att det kan handla om en läsning som syftar till att upprätthålla en, om än medial, relation till personer man tidigare träffat men inte per automatik håller kontakten med, det vill säga ett socialt motiv. Detta har McQuail beskriver att Feilitzen et al. lokaliserat som en viktig del av de främsta anledningarna till medieanvändning, i

sin undersökning kring svenska barns medieanvändning.⁴⁵ Detta går klart i linje med några av våra respondenters upplevelser.

"Jag har mycket kontakt med SSU i Göteborg och mycket folk sådär, och jag kanske inte är ute så jätteofta och träffar dem, men det är ju kul att se vad de gör, och man liksom spinner vidare... Och jag tycker det är roligt också att läsa om det i tidningen för Johan har ju världens bästa kontaktnät och han fångar ju verkligen upp det som händer." Malin, 47

"Jag läser hur det politiska arbetet går på det lokala planet. De hade ett väldigt intressant reportage ifrån Mölndal som var väldigt bra. Då får man en inblick i vad som händer i Mölndal. Jag får mycket sådan informationen ändå, i och med att jag är mitt uppe i det, men fortfarande är sådana reportage intressanta." Kerstin, 69

"Den tar upp stort och smått och sådant från andra kommuner. "Vad händer i Alingsås? Vad har dem för stora frågor?". Det är sådant som inte vi vet här. Då kanske man får någon kontakt där och kan höra sig för..." Jeanette, 38

Vi ska här skilja på två saker. Att rapportera "lokalt om partiet" kan betyda att man rapporterar om aktiviteter som händer, men detta måste skiljas från att man rapporterar om hur partiet tycker och tänker lokalt, angående var de tar för ställning i olika frågor. Beroende på vilken av dessa rapporteringar man tar del av, kan vi finna att man har olika motiv för läsning. När det handlar om att ta del av partiinformation kan det mer klassas som informationssökande medieintag, medan lokala aktiviteter i större utsträckning handlar om ett socialt motiv eller underhållning.⁴⁶ En nyans i den lokala rapporteringen kretsar kring igenkänning av ansikten, som skriver eller som det skrivs om.

"...så är det lite såhär "Oj, vad har hänt i den S-föreningen? Vad har de gjort? Jaha har de gjort såhär? Ja, men det kanske vi kan göra också". Sen är det ju lite klubben för inbördes beundran också. Man känner igen... Det är samma personer lite överallt sådär som förekommer." Anna, 39

I detta fall kan man tolka svaret dels med negativa konnotationer, att det inte är bra att samma ansikten förekommer för mycket hela tiden. Men samtidigt kan respondentens perspektiv tolkas positivt ur hennes subjektiva perspektiv - att hon faktiskt läser för att det handlar om ansikten som just hon känner igen. Det positiva perspektivet har framkommit i en betydande del av intervjuerna, och säger oss att en relevant faktor för intresseskapande ligger i att läsare ser eller läser material som är relaterat till personer de har någon sorts relation till.

Sammataget kan vi ovan visa att medieanvändningen av den lokala vinkeln rörande partiet, till en del fall handlar om informationssökande, det vill säga ett kognitivt motiv. Men motiv i form av underhållning och sociala relationer är av stor vikt när det handlar om aktiviteter i partiet lokalt.⁴⁷

⁴⁵ McQuail, 1997:71 – 72

⁴⁶ McQuail, 1983:78 – 79

⁴⁷ Ibid

6.1.2 Att kommentera annan press

Ett annat syfte med Ny tid är att ge läsare en annan nyhetsvinkel på nyhetsmaterial som annan media tagit upp, främst GP. Här kunde vi se att efterfrågan inte var lika utbredd som kring den lokala rapporteringen om partiet, men dock väldigt betydelsefull för de som väl hade nytta av den.

“Det är viktigt att det finns en medial opposition därför att media är väldigt politiskt styrda i sin rapportering. Det gäller de mer etablerade medierna här, framförallt GP. Det finns en tydlig politisk agenda framförallt på ledarsidan, men den avspeglas också i nyhetsrapporteringen. Om man till exempel går in på gp.se och söker på trängselskatt så får man upp en hel radda... de har kört en jättekampanj om trängselskatten, och det är ingen utav dem som beskriver trängselskatten på ett positivt sätt, som en möjlighet. Och i den bemärkelsen är det jätteviktigt att det finns någon opposition inom media som faktiskt behövs kärnproblematiken; varför gör vi detta? varför behöver vi trängselskatt? varför behöver vi västsvenska paketet? jo, därför att... Men hela den aspekten missar man nästan i rapporteringen, om det är av okunskap eller andra orsaker vet jag inte. Men jag kan bara konstatera att så är fallet.” Anders, 32

“Det är en tidning som tar fram en helt annan fakta om vi jämför med GP och de tidningar som finns. Det hade kanske kommit fram, men det speglas på olika sätt. Det handlar om olika perspektiv. Jag uppfattar det som att Johan (Flanke) och hans kompisar är mer sakliga.” Kerstin, 69

I många fall har vi stött på denna åsikt. När våra respondenter får tala ur ett subjektivt perspektiv, kring hur de själva tar del av detta material, är inte behovet lika utbrett som vid rapporteringen om partiet lokalt. Detta kan bero på att det i många fall finns respondenter som redan är ganska pålästa och redan tar del av ett bredare nyhetsspektra, vilket ger dem en bredare rapportering av politiska nyhetsvinklar. Detta gäller inte alla, men främst de respondenter vars arbete har någon form av politisk anknytning. Vad som tydligt framgår är dock att respondenterna till överhängande del tror att den kommenterande nyhetsrapporteringen är mycket intressant och nyttig för andra läsare i rörelsen, läsare som kanske bara tar del av GP:s rapportering per automatik annars.

“Ja, fast för den vanliga medlemmen kan jag ju se att det är jätteviktigt. För att då för de ju en annan bild. Om man köper allting vad Göteborgsposten säger, så har man Ny tid också, så ser man "åh men shit, det här är ju också...". Sen kanske jag är mer insatt eller intresserad eller går på de här mötena, eller får en möjlighet att veta detta, som inte vanliga medlemmar kanske har. Och därför tycker jag att det är viktigt att det finns med. Men allting kan ju inte vara skrivet för mig, utan det ska ju vara skrivet för alla medlemmar.” Anna, 39

Ett mycket tydligt exempel på detta är det nyhetsmaterial som behandlade trängselskatten och som lite djupare gjorde nedslag i den debatten. Här fanns ett tydligt behov av information till läsarna, kring varför socialdemokraterna i den debatten ställer sig som de gör.

“Jo, men det vet jag, den läste jag ju noga när han skrev den att det var verkligen så på något sätt, att "aha", det här kände jag att jag behövde få lite mera kött på benen kring. Och det fick jag väl, men jag tror att det hade varit bra med ännu mer tydliga argument och svar på frågor som automatiskt ställs. Man behöver få lite hjälp i det. Det är lite argumentation...” Malin, 47

Just att få hjälp med argumentation är anledningen till att nyhetskommenteringen kan ha som uppgift att även berätta hur socialdemokraterna står och varför.

"Tbland skulle jag vilja att de bröt ner den stora ideologiska texten såbär, till sakfrågor. "Det här står de och säger" och faktiskt går i svaromål för det är det man behöver när möter alla människor ute i vardagen." Malin, 47

Olika positioner inom rörelsen, olika typer av arbeten med varierande politisk anknytning, med varierande nyhetsintag skapar olika förutsättningar för vad som är mest relevant för respektive respondent. Men vad som står klart här är att behovet av kommentering på andra tidningars artiklar och nyhetsvinklar till stor del grundar sig i ett informationssökande motiv.⁴⁸

Vidare kan vi även konstatera att det inte endast är enskilda respondenternas egna preferenser som spelar roll för "nyttan" av materialet. Som vi tidigare introducerat kan man se på denna publik som en grupp sammanlänkad av relativt tydliga inbördes band, och därför hypotetiskt med relativt stort socialt motiv.⁴⁹ McQuail tar upp Public Service-bolag som exempel i sin bok kring medier som har en publik som inte endast är konstituerad av faktumet att de hänger sig åt själva nyttan med det enskilda materialet, utan länkas samman av andra sociala faktorer.⁵⁰ Vad vi kan se här är att dessa tidningsläsare är alla knutna till samma organisation, och de ser ett värde i material som kommer andra till dels, men som nödvändigtvis inte är så intressant för dem själva. Om man knyter detta till vår tidigare hypotes att det finns en relativt stort socialt motiv i mediets publiksammansättning, kan vi se att relevansen till viss del skapas av att andra i läsekretsen har nytta av tidningens material.

En formmässig aspekt framkommer rörande denna typ av innehåll, när en respondent förklarar varför han inte läser somliga artiklar.

"Vi ser vad vänsterkryssar med..." Angered har mest förskolepersonal" Jaha..vad betyder det? Det är inte Säffle då, det är inte Biskopsgården, utan Angered. (Respondenten läser början av artikeln) Är det en självskrytsartikel eller, varför vill jag ha reda på varför Angered har flest förskolepersonal, jag läser inte den artikeln. Det måste finnas ett konfliktperspektiv, det måste vara utmanande. Varför är det intressant att veta att Angered och inte Biskopsgården eller Frölunda har mest förskolepersonal. Vad säger det egentligen? Det måste finnas en motpol, vem har minst förskolepersonal och varför ser det ut så. Är det ett försök att göra positiva och glada nyheter? Det är sällan det fungerar. Och istället för att bara köra dåliga nyheter, kör konflikt, kör spänning." Ulf, 55

Vi ser här att konfliktperspektiv i materialet och i lanseringen av materialet i rubriker etc, är viktigt för att få vissa läsare intresserade. Men detta kan vara riskabelt, då läsare kan få uppfattningen av att Ny tid hänger sig åt kvällstidningsjournalistik, och därmed kan tappa trovärdighet.

⁴⁸ Ibid, 78 – 89

⁴⁹ McQuail, 1997:30 - 32

⁵⁰ Ibid, 29

“Ja, det skulle vara ett sätt för att få in läsare definitivt. Men det skulle även tappa trovärdigheten tror jag.” Ann-Sofie, 27

6.1.3 Mer debatt och fokus på skiljelinjer

Till viss del efterfrågar respondenterna ett större utrymme för ideologisk glöd i tidningen. Detta kan handla om att låta en större diskussion få pågå som i större utsträckning tar upp skiljelinjer och motstridiga åsikter inom partiet, än bara hur partiet ställer sig officiellt i frågor.

“Jag har alltid efterlyst en mer ideologisk tidning men det är ju inte säkert att det är det som de flesta människor vill ha. Jag har alltid tyckt att den ska vara en spjutspets mot framtiden, men nu när jag har funderat sedan ni ringde, så är det inte alls säkert det som de flesta människor vill ha. Men det är det jag vill ha.” Nisse, 54

“Jag skulle vilja se mer av andra som skriver. Nu har inte jag skrivit något speciellt för Ny tid, men jag vet ju personer som har gjort det och att det struktureras upp väldigt väl av Ny tid. Det kanske skulle släppas lite mera fritt. Så att vi fick lite fler skribenter från vanliga medlemmar.” Anna, 39

Just uttrycket att “strukturerar upp” utvecklar respondenten senare.

“Nej, jag vet att det har skrivits insändare och sådana saker, och så skickas de till Johan, men sen så rättas de till väldigt väl sådär. Man känner inte.... För jag har ju läst dem innan. Och så känner man att det är genuint på något sätt när en vanlig medlem skriver och det blir väldigt sådär engagerat, och på, och sådär. Och sen förfinas de upp lite, så det bli sådär... Det blir inte så jädrans allvarligt när det väl står i tidningen...” Anna, 39

Det finns alltså en känsla att redaktionen “strukturerar upp”, det vill säga redigerar inlägg till den mån att de inte behåller en genuin kärna. Något som kan tolkas som att man därmed inte behåller de grundläggande konflikter som existerar för att inte skapa så stora kollisioner inom rörelsen. Ett sådant förhållningssätt finns det röster emot.

“Socialdemokratin är en koalition av många intressen. En tidning som vill göra anspråk på att göra avtryck i debatten får inte ducka för dem. Nu har jag haft den en kort tid, men hur skildrar Ny tid de interna konflikter som finns i socialdemokratin i göteborgsområdet? Min känsla är att den skildrar det väldigt lite. Mer fokus på konflikt och skiljelinjer.” Ulf, 55

Men samtidigt finns även en liten tendens som indikerade en känsla av att detta inte är det övergripande syftet med tidningen från partiets sida, och därför kanske inte är aktuellt.

“Sedan vill ju Göteborgs ledande politiker ha en tidning som passar deras syften. De kanske inte vill ha den här spetsdebatten som jag pratar om, för de ska samtidigt samarbeta med två andra partier för att få igenom sin politik.” Nisse, 54

En fri debatt i tidningen är en återkommande efterfrågan hos de allra flesta respondenter. Respondenterna önskar dessutom till viss del uttryckligen ett större utrymme för detta, vilket är unikt för innehållstyperna. Motiv i att kunna identifiera sig med åsikter i partiet ser här ut att spela

in.⁵¹ Varför detta identifikationsbehov infinner sig är svårt att sia om, men en respondent uttrycker att det bottnar i en hopplöshet kring partiet i sig.

“Och jag vet inte om man skulle ta det som ett verktyg man det skulle inspirera och kanske få upp ångan igen för de som läser... För just nu får man höra att allt är så grått. Grått, grått, grått. Det finns inga färger på partiet överhuvudtaget.” Ann-Sofie, 27

6.1.4 Läsning som underhållning

I Uses and gratifications-teorin brukar man tala om motivet underhållning.⁵² Tydligast visar sig detta motiv när vi pratar om hur läsningen i papperstidningen ter sig, något en respondent bekräftar när vi rakt ut ställer frågan om det handlar om avkoppling.

“Ja, lite grann. Man bläddrar lite. När man har lite tråkigt hemma så bläddrar man. Eller på kvällen innan man ska sova.” Johan, 29

En respondent som inte prenumererar på tidningen, men ibland tar del av den via nytid.se, tror inte heller att just pappret skulle göra henne mer läsintresserad.

“Eller så blir det kanske bara att man skummar igenom den snabbt. Och så blir det för mycket tidningar “och bort med den” och så städar man undan, så då tror jag att jag kanske skulle föredra att kanske få ett mail när den kommit ut en ny pappersversion på nätet... och kika och kolla där istället.” Ann-Sofie, 27

Det ska här slutligen sägas att uppfattningarna skiljer sig mellan respondenterna. De som inte är vana att läsa på en datorskärm har mycket lättare att läsa längre texter i papperstidningen, medan de som hellre läser på datorn ofta endast bläddrar igenom en papperstidning, och använder den mer i form av en löpsedel.

6.1.5 Förhållandet mellan det förväntade och det upplevda på nytid.se

Som Expectancy-value-teorin beskriver handlar motivation till att använda ett medium om att tidigare upplevelser skapar förväntningar, som sedan tillfredsställs eller inte tillfredsställs i kontakten med mediet.⁵³

I vårt fall har vi mött respondenter som till överhängande del svarade att man inte hade för vana att självmant gå in på tidningens webbsida nytid.se. Då man befann sig på webbsidan var det oftast med anledning av att man sökte någon specifik artikel eller att man blivit länkad dit, till någon artikel som för läsaren tyckts läsvärd. En anledning till detta kan ha att göra med just att man ibland har högre förväntningar än vad som tillfredsställs väl inne på webbsidan. En uppfattning vi mötte i ett par fall. En respondent beskrev att hon varit på webbsidan:

⁵¹ McQuail, 1983:78-79

⁵² Ibid

⁵³ McQuail, 1997:74-75

“Ja, det har hänt fast det är längesen nu, och det beror på som jag sa att jag upplevde att det inte kom ut grejer så jag har faktiskt inte tittat så mycket där. Söker inte längre så mycket på Ny tid. För att jag några gånger råkade ut för att: "Men gud har ni inte fått ut den ledaren än", och det var liksom tre dagar efter att tidningen hade kommit.” Malin, 47

Vad detta visar är sannolikt en förväntning som väl i upplevelsen av webbsidan ej har tillfredsställs, vilket har fått effekten att läsaren blivit ointresserad och inte vidmakthållit samma beteende. I det senaste citatet handlade det om att dagstidningen känts mer uppdaterad och att webbsidan därför troligtvis känts mindre relevant och till och med skapat negativa känslor.

6.1.6 Lojalitet

Vad vi ovan till stor del gått igenom handlar om vilka motiv som lockar till läsning. Men om man ska ta det ett steg längre så kan vi konstatera att detta inte är det samma som motiv till prenumeration. Av rent självklara grunder så är det inte så, då en prenumeration till exempel kostar pengar. Det kan därför tyckas vara en längre väg till denna motivation, än till just bara för läsning. Men ett annat motiv till prenumeration, som vi har stött på hos alla respondenter, är faktumet att dessa läsare är lojala med partiet eller redaktionen, och med stor anledning av detta därför prenumererar på tidningen.

“Den första anledningen är att det förväntas av en när man har ett politiskt uppdrag att man ska prenumerera på Ny tid.” Johan, 29

“Av lojalitets skäl till partiet så skulle jag ha kvar papperstidningen. Det tror jag ärligt är skälet till att många har den; den är rätt billig och det blir en del av den socialdemokratiska partiidentiteten för många göteborgare.” Ulf, 55

En annan respondent utvecklar vad själva lojaliteten handlade om.

“Jag tror lite att man vill vara lite lojal, för att jag tycker att den ändå är viktig. Viktigt att den finns. Lika väl som att göra andra välgörande saker.” Malin, 47

Vad vi kan säga om prenumeranternas lojalitet är att de till väldigt stor del inser sin betydelse i tidningens fortlevnad, och därför väljer att prenumerera på tidningen så att upplagan blir tillräckligt stor och klarar sig över gränsen för att erhålla presstöd. Som vi fått höra anses inte tidningen heller som dyr, även om många av respondenterna har förståelse för att det finns många i medlemskretsen som inte har råd till att prenumerera, eller att det för somliga kan infalla knaprare tider där man inte har råd att prioritera tidningsprenumerationen.

6.2 Förhållandet mellan Ny tid på papper och på internet

Tema två ämnar redogöra för hur respondenterna uppfattar förhållandet mellan papperstidningen Ny tid och Ny tids närvaro på internet, framförallt genom hemsidan nytid.se. Temat inleds med hur respondenterna uppfattar läsoplevelsen av nyhetsmaterial i pappersformat respektive digitalt format. Sedan redogörs för hur respondenterna uppskattar och i vilken mån de efterfrågar tjänster som internet kan erbjuda.

6.2.1 Upplevd läsoplevelse på papper kontra nätet

Respondenterna är inte enstämiga gällande hur deras läsoplevelse skiljer sig när de läser nyhetsmaterial på papper mot att läsa det i digital form. En övervägande del upplever att läsandet av papperstidning är av mer avslappnad natur vilket inbjuder till mer tidskrävande läsning. Läsningen av längre artiklar uppfattar flera av dem göra sig bättre i pappersform.

“Jag uppfattar ofta att det känns väldigt långt när man läser på nätet. I tidningen så upplever du inte storleken på samma sätt. På nätet passar det väl bättre med korta artiklar eller så skulle kanske datorn scrollat av sig själv. Men det får ju inte vara kort för det kortas skull, man måste få skrivet det som ska skrivas.” Nisse, 55

“Jag läser nog klart mer i en papperstidning, än vad jag gör i nätupplagan. Då är det liksom "Nej, nästa.” Anna, 39

“Man kommer inte ifrån att jag tillhör papperstidningsgenerationen. Om man bortser från det så handlar det mycket mer om längd. Längd är fortfarande svår på nätet. Däremot debatt och ledare, vassa artiklar, är lättare eller åtminstone lika lätt på nätet.” Ulf, 55

“Jag vet ju en del som länkar, så ser man ju direkt, "men det här orkar jag ju inte läsa". Det är långt på något sätt. Det finns ett inbyggt hinder i att... Jag vet inte vad det är riktigt men... Ja, så upplever jag det nog faktiskt, men artiklarna i Ny tid är ju sällan jättelånga. Vi pratar ju inte flera sidor långa reportage, så att jag tror att alla ändå skulle funka faktiskt.” Malin, 47

“Som jag sa så tycker jag det är avkopplande att kunna bläddra i den. Om man tar det lugnt eller ska sova. Kan ja tycka är skönt att man varvar ner lite med den. Men sitter man vid datorn varvar man ju aldrig ner. Jag sitter ju väldigt mycket vid dator på arbetsdagen och så där, så jag tycker det är skönt, jag har fortfarande GP hemma och läser DN ibland...” Johan, 29

En av respondenterna upplever det fysiskt påfrestande att läsa material på datorn.

“Jag har jätteproblem med min Mac, för jag tycker att ljuset stör. Det är någonting med ljuset. Även om jag sänker ner det. Jag har svårare att läsa på datorn.” Janette, 39

Ett fåtal finner inte någon skillnad i läsoplevelsen mellan nätet och pappret. Där de andra upplevde det behagligare att läsa längre artiklar på papper menar de här att läsningen i digital form inte innebär några nackdelar.

“En digital artikel är ju sökbar, om man ska söka efter något speciellt i en lång artikel. Sen kan man också förstora den digitala artikeln. Men rent formmässigt om jag ska läsa en artikel från överskrift till punkt så finns det ingen större skillnad egentligen. Att läsa en lång artikel på internet och papperstidningen är ungefär samma för mig.” Anders, 32

“Jag har vant mig att läsa långa artiklar på nätet. Jag läser ju det på en padde i så fall (Ipad). Ändå gillar jag den där grå lilla saken. Det finns något som är bra med det, som känns tryggt. Jag tror inte relationen skulle förändras. Sedan hade det inte gjort något om de hade piffat upp den lite grafiskt, men det är ju tycke och smak och resurser.” Staffan, 39

Den senare respondenten menar samtidigt att tidningen kan ha funktionen att låta läsaren komma i kontakt med artiklar och ämnen som man annars självmant inte söker upp aktivt.

“Ska jag fördjupa mig i någonting måste jag nog ha det serverat på ett annat sätt. Sen är det klart att när det finns jättespännande saker så...till exempel igår när det stod på mittuppslaget om Göteborg som en experimentstad på 20-talet vilket jag egentligen är ganska ointresserad av, men som hade en spännande bild. Det fastnade jag för.” Staffan, 39

För att förstå och definiera relationen mellan två medier menar John Dimmick et al. att man måste utröna vilken tillfredsställelse och möjligheter till tillfredsställelse respektive medium kan erbjuda i jämförelse med varandra.⁵⁴ Den tillfredsställelse och möjligheten till tillfredsställelse ett medium kan erbjuda en användare härrör dels från vilken form och kanal mediet använder och medför (ljud, bild, text etc.) men också vilket sammanhang brukandet av mediet passar.⁵⁵

Det framgår av den insamlade empirin att merparten av respondenterna upplever en högre grad av tillfredsställelse av att läsa en papperstidning jämfört med att läsa från en digital källa, framförallt gällande längre och mer tidskrävande artiklar. Papperstidningen inbjuder till mer avslappning för flertalet av respondenterna där de tillåter sig själva gå ner i varv i större utsträckning än på nätet. Läsandet föredras i pappersform bland annat för att det på internet “pockas” på uppmärksamheten mer, att “klicka vidare” till nästa artikel ligger närmre och anstränger läsningen av längre texter.

Lejonparten av respondenterna berättar att de brukar skumma igenom innehållet av tidningen för att sedan gå tillbaka och läsa de artiklar de fann intressanta med större fokus.

“När den kommer på måndagen så skummar jag igenom den och går sedan tillbaka för att läsa det som jag finner intressant.” Kerstin, 69

Denna empiri behandlas delvis genom teori som ligger utanför de teorier som nämns i den teoretiska utgångspunkten, då den inte täcktes in. Som Holmqvist et al. menar att läsare av tidningar på nätet skummar igenom innehållet i högre grad än läsarna av en papperstidning.⁵⁶ Pappersläsaren ägnar i allmänhet mer tid åt läsning och mindre tid åt sökning efter artiklar att läsa i jämförelse med nättidningsläsaren menar Holmqvist et al. Jämförelsen kan idag halta lite, om man till nättidningsläsaren tillfogar läsningen som följer när man trycker på länkar till artiklar tipsade om på olika sociala medier.

På andra sidan skalan av vilken tillfredsställelse pappersläsning genererar gentemot digital läsning finns den mindre gruppen som inte upplever några fördelar med papper. Den tillfredsställelse som papper bistår med vid lång läsning, som nämns här ovan, har i den här gruppen vants av. Dutta-Bergman menar att det är när två mediers tillfredsställelse gentemot användaren överlappar varandra som konkurrens kan uppstå.⁵⁷ Om läsningen av Ny tid på papper och nytid.se på

⁵⁴ Dimmick et al, 2000:231

⁵⁵ Dutta-Bergman, 2004:47

⁵⁶ Holmqvist et al, 2002:657

⁵⁷ Dutta-Bergman, 2004:43

internet hade mättat samma behov hos läsarna så hade med andra ord konkurrens mellan medierna uppstått, där utvecklingen kan bli att läsaren väljer den ena och avstår från den andra.

I anknytning till detta menar Andrew J. Flanigan och Miriam J. Metzger att användarens mål och intressen formar konsumerandet i större utsträckning än mediernas enskilda attribut.⁵⁸ Detta kan vara behjälpligt i strävan att förstå ytterligare varför respondenterna som inte finner pappret som någon förhöjare av läsningen fortfarande läser och vill ha kvar papperstidningen. Dimensionen av lojalitet mot partiet ska inte underskattas men samtidigt kan intresset för ämnet och rörelsen (som lojaliteten i sig kan vara ett resultat av) bidra till att man söker upp material i flera mediekkanaler.

“För mig kan det aldrig vara ett problem att man trycker aktuella saker i en tidning och ger ut den. Det kan aldrig vara ett problem. Däremot kan det ju kännas att informationen inte är högaktuell just när jag får tidningen i handen för det här visste jag ju redan. Men informationen kan ändå fylla ett syfte för att även om jag läser en Facebook-uppdatering eller ett Twitter-inlägg så är det mycket man information man sällar bort och den informationen kan vara viktig att få en gång till, "just det, det var ju det här". Så kan man fortsätta fundera kring frågan. Jag skulle vilja påstå att även om jag får informationen senare så kan den vara väldigt aktuell och relevant ändå. Jag kan inte se det som ett problem.” Anders, 32

6.2.2 Internet som komplement - möjligheter och efterfrågan

Utöver själva läsupplevelsen finns det flera faktorer och möjligheter som respondenterna radar upp som särställer den digitala upplagan från papperstidningen. Genom att ta del av nytid.se finns det till att börja med möjlighet att ha produkten tillgänglig nästan överallt. Om du har kännedom om sidan vill säga.

“Tidningen kan du lägga fram, den kan någon snubbla över och börja läsa. På internet är det mycket svårare att göra den kopplingen gentemot en fysisk produkt som man kan ta i. Men för mig som vet att både tidningen och hemsidan finns så är den digitala sidan viktigare, för den är alltid tillgänglig vart jag än är.” Anders, 32

Ett fåtal av respondenterna upplevde att sidan var tillräckligt tillgänglig både som kanal och i fråga om innehåll. Flertalet av respondenterna upplever däremot att innehållet på hemsidan är bristande i den mängd som publiceras. En majoritet av respondenterna vill i olika omfattning se en upptrappning av publiceringen på internet.

6.2.3 Full publicering

Det finns ett par som menar att närmast allt bör publiceras på internet. Den ena respondenten menar att digitaliseringen av samhället kräver att även Ny tid anpassar sig och följer utvecklingen, oavsett vad det kan tänkas innebära för tidningens presstöd i framtiden. Den andre av full-publiceringsivrarna menar att demografierna på pappersläsaren och nätläsaren skiljer sig så att papperstidningen inte har något att förlora på att lägga ut allt, snarare vinna.

⁵⁸ Flanigan & Metzger, 2001:157

“Jag tror det är den vägen det måste gå. Digitaliseringen har kommit för att stanna. Det är varje kommersiell produkts dilemma naturligtvis; man är rädd att tappa prenumeranter. Men jag tror man får göra det i så fall, så skarpt läge är det. Ska den här ha ett värde framåt så får man inte snegla så mycket på presstödsgränsen får då har man ingen möjlighet att utveckla tidningen på det sätt som kommer att behövas. Då är det bättre att helt övergå till digital upplaga och köra den utan presstöd, hitta en ny form för det hela. Ett sätt i det arbetet är att lägga ut allt på nätet och gärna lite till. Prioriteringen bör läggas på nätet. Det kan på sikt betyda att man tappar presstödet men då får man ta det därifrån och då. Det sämsta man kan göra är att fokusera på att komma över presstödsgränsen det här året också, piska upp prenumeranter. Det går några år, det kanske går i tio år till, men det blir ett hinder för tidningens möjligheter att utvecklas.” Ulf, 55

“Som jag ser det så har de absolut ingenting att förlora på att lägga ut allt på nätet. Prenumeranterna och de som läser på nätet är två helt olika grupper. Om man ser på demografien på socialdemokraterna i Göteborg, vilka ofta har Ny tid, så är den såpass annorlunda den demografi som läser tidningen på nätet. Såklart om de vill tjäna pengar på dem som läser på nätet så måste de hitta på något, men vill de ha fler läsare så skulle de tjäna att lägga ut det på nätet. Jag tror inte de kommer förlora några prenumeranter möjligen tvärtom.” Staffan, 39

Vad de här två citaten är exempel på är när intervjuobjektet vandrar på gränsen mellan att inta rollen som respondent eller informant. De ingår delvis i målgruppen och läser tidningen samtidigt som de lyfter diskussionen utanför deras egna personliga relation och användning av tidningen och svarar mer generellt med hjälp av sitt yrkeskunnande.

6.2.4 Tätare uppdatering

Andra respondenter sträcker sig inte så långt att allt behöver publiceras på internet men efterfrågar att vissa typer av artiklar och material uppdateras oftare och snabbare. Material som åsyftas är då snabba nyheter och reaktioner på aktuella händelser.

“Ska man ändå börja tänka att utöka nätet, så finns det säkert ett värde i att få ut just de här sakerna som är lite snabba nyheter. Det tror jag. Sen ibland är det mer reportage du vet, mer intervjuer och reportage med personer som är lite aktuella i politiken. Det kanske inte är skitnoga om det kommer, men just sådana här händelser efter någon sådant här då, efter ett kommunfullmäktige som brakar ihop, det blir ingen budget... Alltså sådana saker.” Malin, 47

“Ja, snabbare uppdatering skulle få mig att gå in mer på sidan. För då är det liksom sådär "Oj, det är något på gång." Det kanske kommer direkta grejer och även uppföljningar kanske, av det som har varit innan. Som inte kommer i tidningen igen eller.... Om jag visste att det var någonting annat! Det skulle jag nog kunna göra.” Anna, 39

“Ja, det exemplet med barngrupperna nu senast var ett bra exempel på en kommentar ur ett socialdemokratiskt perspektiv. Där är det ju en snabb reaktion. Ja, det är inte fel. VI får ju en del mejl om sådant här centralt men det är ju inte vårt perspektiv, västsvensket perspektiv. Så det är väl bra att ha en röst här” Janette, 39

Ett mindre antal av respondenterna efterfrågar inte en tätare uppdatering på internet. Fåtalet känner så för att tidningens huvudsakliga material inte är av det slaget som intresserar dem,

medan några är nöjda med hur rapporteringen ser ut nu och tror sig inte nyttja tjänsten i större utsträckning om det publicerades mer.

Det är tydligt bland flera av de flitigt uppkopplade respondenterna att den mesta kontakten med Ny tids digitala material sker genom länkar till artiklar på sociala medier, framförallt Facebook. Det medför att en tätare publicering på nytid.se bör följas upp med parallell länkning på de sociala nätverk Ny tid befinner sig på för att komma så många som möjligt till del.

“Njaj, får jag väl säga. Det är väldigt sällan jag besöker hemsidor överhuvudtaget. Jag kommer dit någon annanstans ifrån. Oftast från Twitter eller Facebook, där det länkas eller kommenteras. Det ska nog mycket till för att sidan ska kännas så aktuell för att jag ska gå in där.” Staffan, 39

6.2.5 Dela och sprida

En övervägande majoritet av respondenterna finner att en av internets största förtjänster är möjligheten att dela med sig av artiklar och sprida dem på ett enkelt och effektivt sätt. Som tidigare påpekades är det genom länkar på sociala medier som flertalet kommer i kontakt med Ny tids digitala material. Respondenternas vilja om ökad digital publicering kan i de flesta fall härledas till önskan att kunna dela vidare materialet på internet.

“Det är bra att internet finns där och det går ju inte att länka till en papperstidning.. Det är ju då man kan använda Facebook, Twitter eller vad som helst. Åtkomsten till hemsidan för mig är inte så viktigt men det är när man ska dela till andra.” Nisse, 54

“Det är väl egentligen att kunna lägga upp en artikel, speciellt om jag skrivit den, och om SSU har skrivit om den, man vill då dela med sig av den och då är det bra att den finns digitalt så att man kan sprida det. För det läser folk snabbt.” Johan, 29

“I min värld så är det som är det viktigaste att vi kan länka och sprida saker till varandra, och kommentera och länka vidare. “Ja, men kolla det här jag har läst” och “så här skrev hon” och sådant. För mig är det jätteviktigt. Och det ligger ju någonting i att det är snabbt också. Ska det hända på nätet så måste det hända relativt snabbt. Man letar inte efter en tre veckor gammal ledare, det är redan passé på något sätt.” Malin, 47

6.2.6 Kommentera och debattera

Utöver den snabbare uppdateringen och spridningsmöjligheten finns det ett verktyg som kan möjliggöras av Ny tids digitala närvaro och som efterfrågas av flera respondenter, nämligen möjligheten att kommentera artiklar och ha ett utrymme för debatt.

“Nu vet jag inte om det redan finns..Men det skulle kunna vara som både på GP och Aftonbladet, att man kan tycka till eller att det är någon debatt under. En kommenteringsfunktion kring nyheten eller debattartikel. Vi har kanske inte de arenorna. På Aftonbladet är det en ganska från ton och det kan ju vara svårt att ge sig in i det. Det kan ju vara lite tryggare” Janette, 39

En respondent menar att ett debattforum på Ny tids hemsida inte bara hade varit förtjänstfullt för tidningen som sådan, utan även för Socialdemokraterna som parti och dess medlemmar.

“Det är ju dialogen. Det är interaktionen mellan läsare. Nu har jag inte varit inne på deras sajt på länge..men bör ha en debatt, ett debattforum om S i Göteborg. "Ny tid - skräd inte orden, säg vad du tycker om partiledningen både nationellt och regionalt". En satsning på ett debattforum hade varit intressant. Partiet Socialdemokraterna har ju av flera goda skäl fått stämpeln på sig att vara ett slutet parti, ett hierarkiskt parti, man vågar inte släppa medlemmarna lösa för gud vet vad de kan bita på och så vidare. Nu säger alla att Socialdemokraterna ska bli landets mest öppna och moderna parti och jag vet att Anna Johansson vill gå i den riktningen men hon behöver hjälp för strukturerna och historien är så tung. Och då tror jag att en frimodig tidning som vågar öppna den här typen av debattforum skulle kunna ha ett intresse både innanför och utanför partiet.” Ulf, 55

En annan av respondenterna skulle uppskatta möjligheten att kommentera och debattera men vill göra varse om kostnaderna och riskerna med sådana funktioner.

“Jag hade velat se en kommentarsfunktion, det är sällan en nackdel. Problemet är att man utsätter sig för en risk. Dels så är det resurskrävande, det måste hela tiden kontrolleras; debatter som pågår måste hålla sig till etiska riktlinjer för det blir lätt ett forum för personangrepp, olämpliga kommentarer och ibland kan det till och med förekomma mordbot. Sedan måste man vara beredd på att bli utsatt för kritik alltså att man blir emotsagd, det måste man ha med i beräkningen. Då måste man vara beredd att bemöta kritik och bemöta ifrågasättanden annars riskerar man sin trovärdighet. Skriver man en artikel och lämnar kommentarsfältet fritt för diskussioner och sedan inte kan bemöta den kritik som uppstår där så finns risken att folk uppfattar som man inte har något svar och att man inte kan försvara sin åsikt. Så om man lämnar den möjligheten är det viktigt att man har resurser för att bevaka utvecklingen i kommentarsdiskussionen. Men möjligheten bör finnas. Diskussionen är den viktigaste opinionsbildaren av allihop. Man ska inte bara mata folk utan man ska låta människor diskutera själva. De som diskuterar själva får mer utav att diskutera än att stå och lyssna på mig som mässar eller agiterar om en fråga, för då är man aktiv.” Anders, 32

För att behandla delar av de här uppgifterna fick teori hämtas utanför de teorier som angivits som utgångspunkt, då de inte täcker in det som söks. Därför hänvisas till Giorgos Giannopoulos et al. som menar att tillåta den allmänna opinionen är en värdefull resurs som kompletterar artiklar och representerar “massornas visdom”. Det här tillåter journalisten och läsarna att, om de önskar, få mångfald i informationen och åsikterna kring den aktuella artikeln.⁵⁹ Författarna medger också att om man bistår med sådana här tjänster kan det innebära en stor arbetsbörda i form av att behöva hantera stora mängder data. Det här kräver en avvägning som varje publicist får fundera över, likaså Ny tid. Ingår det i tidningens uppgift och kanske framförallt finns det tacksning för de kostnader som kommentarsfunktionen för med sig? Det är tydligt att för flera av Ny tids läsare och eventuella nya läsare skulle möjligheten till interaktion på hemsidan innebära en tillfredsställelse som papperstidningen inte kan förmedla.

Det ska påpekas att de respondenter som prenumererar på Ny tid och gärna ser en ökad närvaro på internet inte tror sig avsluta prenumerationen om det mesta materialet publiceras på

⁵⁹ Giannopoulos et al, 2012:2-3

hemsidan. Det går dels att anknyta till den dokumenterade lojaliteten till partiet, det relativt låga priset men också till uppskattningen av pappersprodukten.

6.2.7 Mer komplementära ju mer upplevd skillnad i funktion

Ju fler olika former av tillfredsställelse som skiljer sig emellan papperstidningen och hemsidan ju större möjligheter föreligger för ett komplementärt förhållanden mellan de två medierna. Dutta-Bergman menar att konsumtion av nyheter från internet skiljer sig särskilt mycket ifrån nyhetskonsumtion av traditionella medier. Internet involverar flera kommunikationsmöjligheter samtidigt, dessutom finns möjligheterna till interaktivitet. Detta kan ge som konsekvens att överlappningen av tillfredsställelse och möjligheterna till tillfredsställelse som erbjuds från internet och traditionella medier sannolikt är låg.⁶⁰

Efterfrågan på tjänster på internet får vägas mot kostnaderna för genomförandet av de samma. Det ska understrykas att efterfrågan inte är helt enstämmig bland våra respondenter. En övervägande majoritet vill se en ökad närvaro på internet men långt ifrån alla i den gruppen visar på samma skrikande behov. Men önskemål finns där. Sedan finns det ett fåtal respondenter som nöjer sig med pappersprodukten och inte efterfrågar någon expansion på nätet, men det är som sagt en tydlig minoritet av urvalet som känner så.

6.3 Opinionsledaren om opinionsledaren

Det tredje temat i studien behandlar respondenternas roll som opinionsledare. Med utgångspunkt i termer och parametrar som presenteras i Lazarsfeld och Katz studier om opinionsledare och tvåstegshypotesen, redogörs här för hur respondenterna uppfattar sig själva som opinionsledare. Temat inleds med att redovisa respondenternas fallenhet för att diskutera politik, deras medieintag, hur de upplever sig pålästa i politiska diskussioner. Temat går sedan över till opinionsledning i digital form, på internet.

6.3.1 Den muntlige opinionsledaren

Det framgår tydligt av intervjumaterialet att alla respondenter diskuterar mycket politik med sin omgivning.

“I stort sett så finns det ju politik i allt som man pratar om, men då sätter man kanske inte politik som förnamn. Man har ju sina åsikter.” Kerstin, 69

Alla utom en av respondenterna har för vana att muntligt diskutera politik i sällskap med vänner, bekanta och kollegor. En av dem sticker ut genom att inte prata så mycket politik.

“Jag skriver mer, jag är inte så pratsam.” Nisse, 54

En stor del av respondenterna menar att deras politiska samtal inte brukar gå ut på att övertyga andra om deras politiska åsikter. Två linjer i varför detta är fallet presenteras av respondenterna. Till och börja med kan det grundas i att man tenderar diskutera politik med meningsfränder som

⁶⁰ Dutta-Bergman, 2004:48

inte i lika stor mån "behöver" övertygas, eller att de av olika anledningar väljer tona ner det persuasiva anslaget.

"Nej inte övertyga, men öppna uppför diskussion och höra vad de har att säga och sen så... Jag tror inte man kan övertyga någon. Men däremot öppna upp och få dem att tänka... lite friare. Nu är det inte så många som behöver tänka lite friare, för många står redan där jag står." Ann-Sofie, 27

"Nej, tvärtom. Jag försöker vara jätteförsiktig för att inte vara för på eller jobbig. Alla vet ju att jag är socialdemokrat, att jag är kommunpolitiker. Så jag försöker inte pracka på någon. Men jag brukar alltid föra fram "Ja, men så här tycker vi" eller "Det här var vårt budgetförslag" och "Det kunde ha sett annorlunda ut"...." Janette, 39

Ett fåtal av respondenterna är mer bekväma med att övertyga andra i muntliga diskussioner.

"Jo! Det har jag ju så klart. Annars så skulle jag ju låta bli, höll jag på att säga... Jo men det har jag ju absolut. Och jag har ju en arbetskamrat som är aktiv kommunpolitiker och är utåtriktad och pratar mycket politik. Och jag vet ju att mina kollegor ibland kan tycka att det är lite jobbigt. Och då vet jag att om man ska prata om sådana här saker så får man göra det ganska kort. "Så här tycker jag", och så berättar jag hur jag tycker. Och sen lämnar jag det. Då tror jag att det går in mycket mer..." Malin, 47

Lazarsfeld och Katz fick fram i sina studier att opinionsledare i högre grad än andra i deras närhet försöker övertyga andra om sina politiska åsikter.⁶¹ Att majoriteten av respondenterna menar att de uttryckligen inte försöker övertyga andra om sina politiska åsikter i muntliga diskussioner kan tolkas som att de inte stämmer in i modellen av en opinionsledare som Lazarsfeld och Katz satt upp. Om man däremot tillstår sig att modellen blir onödigt trubbig om man kategoriskt använder sig av ordalydelsen "övertyga" i direkt mening blir modellen mer inkluderande. Vidgar man begreppet och låter parametern inbegripa mindre direkta och aktiva former av påverkande så omfattas våra respondenter, dock med varierande grad. Något annat hade kanske varit förvånande från en grupp människor som på ett eller annat sätt är aktiva inom ett politiskt parti.

6.3.2 Medieintag

Respondenternas medieintag och tillskansning av nyheter är i regel stort. Det som skiljer dem åt är var de får sina nyheter i från. En del av respondenterna får sina nyheter från traditionella medier i huvudsak.

"Jag tittar på nyheterna på tv, SVT och TV4. Det brukar vara samma nyheter som kommer i olika form. Jag läser GP på morgonen och så läser jag tidningen som vi ger ut; Här och nu. Så läser jag fortfarande den gamla LO-tidningen Arbetet. På radion så brukar lokalradion, P4 stå på ibland. Sedan kan jag lyssna på P1 om det är något speciellt, om det är någon intressant lördagsintervju eller så." Kerstin, 69

⁶¹ Katz, 1957:63

“Min nyhetsinformation får jag från radion. Från P1 och dagens eko. Jag läser GP; ledarsidan, debattsidan och politiska nyheter.” Nisse, 54

På andra sidan skalan fanns de respondenter som i huvudsak får sina nyheter från internet, närmre bestämt sociala medier.

“Jag konsumerar media framförallt genom att hänga med på Twitter, skulle jag säga. Det är det absolut vanligaste sättet jag hittar mer fördjupning i ämnen, och nya saker att intressera mig för. Ekot till exempel den vägen, via Twitter. Alla nyhetsändelser över en dag tar jag del genom sociala medier. Jag tittar aldrig på nyheterna på tv och lyssnar aldrig på nyheterna på radio. Jag får det genom sociala medier.” Staffan, 39

Sedan finns det en tredje grupp respondenter som nyttjar både traditionella och internetbaserade medier för att tillskansas sig nyheter.

“Det är snarast ett missbruk. Det är allt. Det är tv, de är tidningar, det är nätet förstås... Det mesta nyhetsinflödet får man nu via Twitter, saker och ting publiceras först på Twitter. Till och med innan det publiceras på kvällstidningarnas digitala upplagor finns det en puff om det på Twitter. Så vill jag veta om det hänt något i världen så går jag alltid först till Twitter, Ulf, 55

Lazarsfeld och Katz menade att opinionsledare i högre grad än andra tog del av medier och nyheter.⁶² Våra respondenter tar onekligen del av mycket nyhetsmedia men att fastslå att de exponeras för mer medier än andra i deras närhet finns det inte empiri som styrker eftersom vi inte haft någon jämförelsegrupp. Ett kvalificerat antagande är dock att deras medieintag gällande nyheter och politik är större i jämförelse med gemene man.

6.3.3 Pålästhets

En stor del av respondenterna uppfattar sig i regel vara den mer pålästa i diskussioner om politik.

“Mmm, det tycker jag. Men det är ju för att jag har en sådan unik förmån att ständigt jobba med politik. Jag får ju reda på här vad som händer i huset, vad som händer i staden. Eftersom att jag har ett nationellt uppdrag för SSU följer jag ju de diskussionerna där... Och jag har varit aktiv länge, så det är klart är jag både har koll bakåt och vad som är aktuellt just nu. Det är ju inget konstigt.” Johan, 29

“Jag får uppfattningen att jag ofta är mer påläst när jag diskuterar med folk, sen vet jag inte om det är så. Men det är min uppfattning och jag vill tro det också för jag är betydligt mer aktiv och läser mer och uppdaterar mig mycket mer än vad gemene man kan göra genom mitt engagemang inom den fackliga världen, inom den politiska världen.” Anders, 32

Flera respondenter menar att det är situationsbundet om de är mer pålästa eller inte.

“Jag rör ju mig i så väldigt många olika sammanhang, och med tanke på att jag har träffat många av min syrras kompisar som är politikerbroilers - de har jobbat med politiken sen de var så här små - där

⁶² Ibid, 64

kan jag ingenting. Jag känner.... "Ja ja ja ja, "ursäkta mig, vad tror ni?", du vet... Alla är ju utbildade statsvetare och kan allt, och jag kan ingenting. Men sen så märker jag ju till exempel på mitt jobb, då tycker ju alla att jag kan så himla mycket. Om allt möjligt." Malin, 47

Lazarsfeld och Katz menar att opinionsledarskap endast kan förstås mot bakgrund av vilka mönster av sociala relationer som råder inom gruppen och av hur förhållanden och förhållningssätt gentemot världen utanför gruppen ser ut.⁶³ I vissa gruppammansättningar finner man sig vare den mer pålästa och kunniga medan man i andra sammansättningar inte gör det. En hård tolkning av detta är att det urvattnar kriteriet och gör alla till en potentiell opinionsledare i den bemärkelsen. Men det går att fastslå att respondenterna i flera fall uppfattar sig som mer pålästa.

Skillnaderna från Lazarsfeld och Katzs dagar, där medieexponering var en förmån för de få, är stora. Massmedier och sociala medier är tillgängligt för massorna. Våra opinionsledare befinner sig numera i ett hav av andra opinionsledare. Och om de är en del av opinionen eller en "ledare" av opinionen verkar avhängig vilket sammanhang det handlar om och vilken grupp människor det handlar om. Våra respondenter vittnar om att detta förhållande ständigt växlar.

6.3.4 Den digitala opinionsledaren

Alla respondenter förutom en är medlemmar på åtminstone ett socialt nätverk på internet, såsom Facebook och Twitter. Det är tydligt att många av de egenskaper som gjorde dem till opinionsledare i det analoga även avspeglas i de digitala medierna. Tydligt är att dessa kanaler frekvent används för att kommunicera och dela information med varandra.

"Jag har kanske inte alltid daglig utan sporadisk kontakt med människor som sitter på ledande positioner inom både partiet men även den fackliga världen och de är också slitiga användare av sociala medier som Facebook och Twitter, och allt de Facebookar och Twittrar om läser jag så att säga löpande. Därigenom får jag väldigt mycket information" Anders, 32

Några respondenter menar att den politiska diskussionen främst förs på Twitter idag och en konstaterar att Ny tid inte är närvarande.

"Dynamiken, momentum har flyttats ifrån bloggarna till Twitter och Facebook. Facebook är också mindre politik, Facebook är mer "här är jag och min familj och söta barn som tittar på snöövädret här i Stockholm" medan Twitter fortfarande är mer politik, mer media. Det ska sägas att sport, kändisar, geografiska tillhörigheter tar mer och mer plats på Twitter. Men det är fortfarande den enskilda plattformen där politik, samhällsdebatt och kultur är starkast och där finns inte Ny tid." Ulf, 55 år

Att fånga in vilka politiska ämnen respondenterna skriver och delar material om på sociala medier är svårt att fånga in, då det skiljer mycket både kollektivt och individuellt sett. Det finns tendenser som visar att de delar saker de står bakom och håller med om.

⁶³ Ibid, 68

“Jag delar det som jag tycker är intressant och spännande och som jag själv kan stå för, sådana saker jag skulle kunna ha skrivit själv.” Staffan, 39

“Ofta är det någon artikel som jag tycker om, som jag vill kommentera eller så är det väl utifrån någon aktivitet som jag har gjort i politiken. Det är väldigt mycket knutet till politiken. Det har ju väldigt mycket med mitt uppdrag att göra, att vara synlig naturligtvis som ingår i politikerrollen, och att jag fortfarande faktiskt är ordförande för SSU. Då är det ofta för att folk ska se, som följer en.” Johan, 29

Det finns även respondenter som i sin politiska aktivitet på internet även angriper det man inte håller med om.

“Man vill väl, man vill gott men gör ont. Man vill vara positiv och sprida ett positivt budskap, men man brukar skälla på dem man tycker har fel. Och det är ofta inte sossar utan andra sidan. Mer än att vara konstruktiv så klagar man. Jag skriver om det och för att förstärka det så berättar jag vad jag läst. Länkar man inte kan det vara så att folk efterfrågar en länk.” Nisse, 54

Genomgående bland respondenterna menar man att kortare artiklar och texter gör sig bättre för delning. Det här korrelerar med de uppfattningar respondenterna har om texter på internet generellt, vilket behandlades i det föregående temat.

“Jag vet ju en del som länkar, så ser man ju direkt, ”men det här orkar jag ju inte läsa”. Det är för långt på något sätt. Det finns ett inbyggt hinder i att... Jag vet inte vad det är riktigt men... Ja, så upplever jag det nog faktiskt, men artiklarna i Ny tid är ju sällan jättelånga. Vi pratar ju inte flera sidor och så där, långa reportage, så att jag tror att alla ändå skulle funka faktiskt.” Malin, 47

“Jag vet ju det att folk inte läser särskilt långt. Om något är riktigt bra kan jag lägga upp det men med uppmaning att läsa alltihopa, missa inte någonting för det är riktigt bra i slutet. I annat fall kan det vara så att jag inte delar om det är för långt. Det är mer delningsbart om det är kortare.” Anna, 39

Hur respondenterna förhöll sig till vilka ämnen på artiklar de delade med sig av, var svårare att konkretisera. Men en tendens vi kunde se var att man ofta delade sådant material som på något sätt relaterade till aktiviteter som låg en nära i organisationen, eller angående något man själv skrivit, och av den anledningen ville sprida.

“Det är också ett bra sätt för oss i SSU att komma ut med det vi gör, och det är kul att läsa vad som skrivs om det.” Johan, 29

“Det finns ingen uttänkt strategi. Det kommer och går vad man engagerar sig i, eller vad jag engagerar mig i alla fall. Det är vad man engagerar sig i för stunden och ibland hittar ett inlägg som gör att det blir intressant igen.” Staffan, 39

Trots att ämnet var svårt att konkretisera tycktes det vara viktigt. Dock var det lättare att för respondenterna benämna formmässiga faktorer som fick dem att dela.

“Då måste det vara nått ”catchy” i titeln, för det är många som delar mycket. Rubriken är viktig för att jag ska börja läsa det, att jag ska lägga tid och energi. Eller att jag vet att den här personen delar saker jag brukar gilla, och kanske till och med vill dela vidare.” Anna, 39

Bild och rubrik var relevant för potentialen för artikeln att kunna bli vidare delad. Just att man gärna delar "visuellt" med hjälp av bilder, är något som Zhao behandlar och påstår vara populärt på sociala medier. Detta då det med ett mer visuellt delande är lättare att skapa en undertext till sitt meddelande, något som ger mer tyngd i det grundläggande budskapet, speciellt när den delandes motiv är identifikationsgrundade.

"Bilder är också väldigt bra. Satiriska bilder kan vara riktigt bra. Väldigt ofta är det bilder med Björklund... Det ska inte vara taskiga bilder, utan det ska handla om politiken. Elaka saker är jag inte för. Mer om politiken, hur tänkte de?" Anna, 39

Den så kallade digitala opinionsledaren är en opinionsledare som en tidning som Ny tid kan bistå och på samma gång ta hjälp av i spridningen av sitt material. Det här är tydligt kopplat till den delningsfunktion som möjliggörs av de digitala medierna som behandlats i de tidigare kapitlen. Materialet bör finnas tillgängligt digitalt för att hjälpa delningen. Och Ny tid som aktör bör i den mån det finns tid och resurser vara tillgängliga på de sociala medierna.

Vill man sänka trösklarna för att dela vidare materialet finns det formmässigt saker att dra lärdom av. Likasom respondenterna uppskattar kortare texter på internet, uppskattar de att dela vidare kortare texter då de tror att de har större chans att bli lästa då. Innehållsmässigt blir det lite svårare. Önskemål om sakämnen är såpass diversifierade och förgängliga att det är svårt att finna några mönster.

Lazarsfeld och Katzs menade på 1940-talet att influenser från massmedia först når opinionsledare som i sin tur sprider vidare det de har läst och hört till de som finner dem inflytelserika.⁶⁴ Att kunna fastställa vilka enskilda personer som genom samtal och diskussioner får andra personer att välja att ta del av specifikt material är ytterst svårt att styrka i empiri. Vad som däremot är mer mätbart och konkret är hur människor i sociala medier länkar artiklar och material och hur responsen på det upplagda materialet ser ut. Antalet kommentarer eller antalet vidarelänkningar vittnar om att materialet i fråga har tagits del av andra. Opinionsledarskapet i form av tvåstegshypotesen i den mån den existerar tar sig kanske tydligast i uttryck i de sociala medierna idag. Många av de artiklar och nyheter vi kommer i kontakt med idag är delade av någon vi har någon form av relation till.

⁶⁴ Ibid, 61

7. Sammanfattning resultat & analys

7.1 Uppfattningar om innehållet

Informationssökande motiv förekom främst i de kommenterade inlägg som tidningen utgjorde. Men detta skiljde sig mellan olika respondenter, då de hade olika informationsbehov. Främst tyckte dock respondenterna att denna typ av artikel var nyttig för den gemene läsaren, som antogs ha ett större informationsbehov. Detta motiv förekom i den lokala rapporteringen kring partiets politiska ställning lokalt.

Sociala motiv utgjorde även en tydlig tendens. Ofta stod den tendensen i relativt stor samklang med *motiv i form av underhållning*, det vill säga förströelse och avkoppling. Detta gällde främst i samband med innehåll som rapporterar om partiet lokalt, sannolikt på grund av den här mer frekventa förekomsten av personer och ansikten man som läsare känner igen i denna typ av artiklar. Dessa typer av artiklar fanns det en större efterfrågan på än på de artiklar som uppfyllde ett informationssökande motiv. Men det ska sägas att efterfrågan på material som respondenterna vill ta åt sig av informationssökande motiv var mer intensiv bland de respondenter som efterfrågade detta.

Respondenternas benägenhet att i papperstidningen enkelt och snabbt kunna bläddra, och lätt kunna skumma igenom material, kan kopplas till tydliga *underhållningsmotiv* i form av förströelse.

En fri debatt i tidningen var en återkommande efterfrågan hos de allra flesta respondenterna. Unikt för denna innehållstyp är att respondenterna till viss del uttryckligen önskade ett större utrymme av detta. *Motiv i att kunna identifiera sig* med åsikter i partiet ser här ut att spela in. Dock fanns det en viss ambivalens bland respondenterna, då man inte visste vad "partiet" ville att tidningen skulle producera. Även en känsla av att debatten ibland inte är helt fri, infinner sig till viss del, och grundar sig sannolikt delvis i känslan av att inskickat debattmaterial ibland genomgår en för hård redigering och efter redaktionell genomgång inte känns lika genuint.

Lockande rubriker på artiklar var en formmässig aspekt som tydligt tenderade att återkomma, då respondenterna hellre läste och därmed i större utsträckning delade sådant material.

En stor anledning till varför man prenumererade på tidningen var lojalitet. De flesta respondenterna såg värdet av att vara lojal genom att prenumerera, för att säkra tidningens överlevnad. Vad tidningens överlevnad i sin tur hade för betydelse kan ha en viss förklaring i en viktig aspekt kring våra respondents förhållningssätt. I samtliga fall kunde de se tidningens funktion i ett bredare perspektiv, än bara för den egna nyttans skull. Det handlade om att man även kunde se att andra i läsekreten kan ha nytta av visst material, något som är oerhört relevant då själva innehållet därför stundtals kan uppfattas som relevant av en läsare utan att subjektiv nytta för denne har uppnåtts.

7.2 Förhållandet mellan papper och nät

Papperseditionen har visat sig ingjuta *trygghet* för flertalet respondenter och ger bättre förutsättningar för *längre läsning*. Läsning av papperstidningen anses av flertalet respondenter vara *avslappnande* i jämförelse med internetläsning.

Den potentiella tillfredsställelsen internet har att erbjuda läsaren är beroende av i vilken mån leverantören levererar det material och de tjänster som de olika formerna av tillfredsställelse är beroende av. Den *tillgänglighet* som kan tillskrivas hemsidan är avhängig av att det material läsaren är ute efter finns tillgängligt på sidan. Det material som i första hand efterfrågas för publicering är snabba nyheter som reaktioner på aktualiteter. Samma förhållande råder när det kommer till den kraftigt eftersökta *delnings- och spridningspotential* internet erbjuder; materialet som önskas delas ska för enkelhetens skull erbjudas i digital form. Tillfredsställelsen av *interaktion* som också genom kommentarer och debatt på sidan efterfrågades och kan först uppnås när tjänsterna erbjuds.

Ju större skillnad i funktion respondenterna finner i vardera medium, desto större utrymme finns det för ett kompletterande förhållande, där det ena mediet inte väljs bort i förmån för det andra. Teori pekar på att nyhetskonsumtion på internet potentiellt är särskilt kompatibelt med nyhetskonsumtion på andra medier, då interaktiviteten och möjligheten till flera kommunikationsformersamtidigt särskiljer det i synnerhet.

De varierade efterfrågan på de olika tjänsterna på internet måste vägas mot kostnaderna för dem.

7.3 Opinionsledarna om opinionsledning

Våra respondenter delar, med viss gradskillnad, flera av de egenskaper som Lazarsfeld och Katz tilldelar en opinionsledare. De pratar mycket politik, deras intag av nyheter och politik är stort och de uppfattar sig ofta som pålästa i politiska diskussioner, något som de i och för sig medger är situationsbundet.

Många av de här egenskaperna gick även att finna hos respondenterna på internet.

Opinionsledarskapet i form av tvåstegshypotesen i den mån den existerar tar sig ett tydligare och mer mätbart uttryck i de sociala medierna idag. En växande grupp delar och får artiklar och nyheter delade till sig från någon de har någon form av relation till. Vilka specifika sakämnen som delas framför andra i respondentgruppen går inte att finna något mönster i. Däremot finns det funktionsmässiga strömningar; dela material man håller med om och själv står för, dela artiklar där man själv eller ens organisation/arbete medverkar, även material som behandlar saker man inte håller med om delas med en egen tillhörande kommentar. Det framgick att en del respondenter formässigt föredrog att både ta del av och dela material av kortare slag och även bilder visade sig för vissa vara en tillgång vid att ta emot och dela vidare material på nätet.

8. Slutdiskussion

Här ämnar vi föra en diskussion kring upptäckter och svårigheter under studiens arbetsprocess och gå vidare med rekommendationer till uppdragsgivaren Ny tid för att avsluta med att förslag till vidare studier.

8.0.1 Upptäckter och svårigheter under arbetsprocessen

Något som visade sig under arbetets gång var att ansatsen att redogöra för opinionsledarnas roll som opinionsledare understundom stötte på problem. Till att börja med är opinionsledare ett begrepp som kan ha olika innebörder för olika människor, vilket fodrade att vi gav respondenterna en konsekvent bild av vad vi menar med opinionsledare och deras egenskaper, om inte annat för studiens validitet och reliabilitet. Sedan visade sig opinionsledaren och tvåstegshypotesen som Lazarsfeld och Katz presenterar delvis vara svåra att kvalitativt undersöka. Att extrahera information och empiri ur våra respondentintervjuer för att sedan göra en fullgod analys i syfte att förklara hur opinionsledare kan användas i tidningens strategiska kommunikation var svårare än först beräknat. Initialt låg en större del av studiens tyngdpunkt på att utvärdera empiri och analys inom opinionsledarområdet för att applicera det på tidningens strategiska kommunikation ut till läsare, nuvarande och presumtiva. Efterhand, parallellt med upptäckten av svårigheterna, försköts tyngdpunkten ytterligare till arbetets andra del; uppfattningarna om tidningens innehåll och form, på papper och internet. Studien består fortfarande av en del som berör opinionsledarnas egenskaper både på internet och i "verkliga" livet. Vi finner att de delar som vi valt att ha med om opinionsledarskap styrker studien och ger en extra dimension till studiens resterande delar.

I och med vår vilja att gå på djupet med kvalitativa intervjuer har vårt syfte aldrig varit att generalisera. Däremot har vi aspirerat på att finna strömningar och mönster i uppfattningar och tankebanor hos respondenterna angående det fenomen vi valt att undersöka. I och med vårt urvals maximala variation bjöd det oss möjligheten att se på skillnader baserat på två demografiska egenskaper, kön och ålder. Vad som får tecknas som intressant är att inga dramatiska och systematiska skillnader kunde fastslås. Visserligen var det den äldsta respondenten som använde internet i minst utsträckning, samtidigt var de tre efterföljande i den äldre kategorin flitiga användare av både internet och sociala medier. De som i mindre utsträckning läste papperstidningar återfanns till något större del bland de yngre respondenterna. Det ska medges att vårt åldersspann (27-69 år) hade kunnat vara ännu bredare och att respondenternas inte behövt vara åldersmässigt koncentrerade runt 30-50 år för att göra urvalet ännu mer diversifierat. Men samtidigt menar vi att de egenskaper och positioner som vi sökte i vår opinionsledarprofil företrädesvis innehas av de personer som tillhör dessa ålderskategorier. Baserat på kön fann vi inga noterbara skillnader i något av de områden vi undersökte. Men den maximala variationen i urvalet syftade som sagt inte till att i ett senare skede göra underbyggda generaliseringar baserat på demografiska egenskaper utan att skänka urvalet viss bredd.

Socialdemokraterna i den här studien vill att "deras" tidning ska titta inåt för igenkänning och inspiration och utåt för att reagera och kommentera på aktualiteter utifrån ett perspektiv som kan

saknas. Det efterfrågas också ett öppet förhållningsätt gentemot partiet, genom att släppa fram olika åsikter och vara ett forum för debatt. Och i allmänhet önskar de att detta tillgängliggörs digitalt i högre utsträckning än det görs idag.

Ett mönster som på sina håll gjorde sig påmint under intervjuerna med respondenterna var att de såg till rörelsen och partiets behov i stort, och underordnade sitt personliga behov. Det satte krav på vårt goda omdöme att kunna skilja dessa ifrån varandra, och dra slutsatser därefter.

8.1 Rekommendationer till Ny tid

8.1.1 Publicering på internet

Vår studies resultat menar vi styrker att det finns förutsättningar för papperstidningen Ny tid och nytid.se ska ingå i en mer omfattande kompletterande relation än de gör idag. Läsandet av Ny tid på papper erbjuder specifika tillfredställser till läsaren som internet för merparten av användare inte erbjuder. Därför råder vi till insatser som syftar till att erbjuda nytid.se tillfredställselser som Ny tid inte kan erbjuda, för att framhäva de funktionsmässiga skillnaderna dem emellan.

1. I den mån det är resurs- och tidsmässigt möjligt bör nytid.se vara en snabb leverantör av nyheter och kommentarer på aktualiteter i göteborgsområdet. Efterfrågan på den här tjänsten är stor bland våra respondenter och bristen på den idag är en av anledningarna varför upplevelsen av webbsidan ter sig som en besvikelse. Det är som sagt de snabba mer kortfattade nyheterna och kommentarerna på aktualiteter som efterfrågas digitalt framför de längre och "långsammare" reportagen och personporträtten som i sin tur gör sig bättre i papperstidningen. Det korta och snabba materialet som tillgängliggörs digitalt underlättar också att stilla efterfrågan att kunna dela materialet i bloggar och sociala medier. Vi tycker oss genom vår studie ha funnit att en ökad expansion på nätet inte riskerar påverka prenumerationsiffrorna negativt, dels på grund av de olika funktioner medierna väntas uppfylla och dels på grund av läsekretsens lojalitetsband.

2. Ny tid befinner sig på ett socialt medium genom att finnas på Facebook, vilket är bra. En eventuell ökad publicering på nytid.se bör parallellt följas upp med publicering på Facebook. Detta för att öka fönstren och kontaktytorna där materialet publiceras men också för att underlätta och uppmuntra vidaredelning av materialet. Flera respondenter vittnar om att det politiska samtalet, den politiska debatten främst pågår på Twitter idag, vilket borgar för att Ny tid borde befinna sig där. Att nyttja Twitter fullt ut genom att ingå i diskussioner och polemik kan vara tidskrävande, men att åtminstone dela vidare sina digitala artiklar rekommenderas. Detta underlättar för den digitala opinionsledning i form av tvåstegshypotes som vi tror oss ha skönjat.

3. Interaktiviteten genom kommentarsfunktion på artiklarna och debattforum på nytid.se efterfrågas. Den interaktiva funktionen som internet kan erbjuda är en av de punkterna där internet särställer sig mest från papperstidningen, vilket i sin tur talar för en kompletterande relation. I en situation då resurser och tid inte hade varit en faktor, hade vi rekommenderat om dessa tjänster med full kraft. Men i och med tjänsternas kostnader i form av arbetstid lagd på eventuell moderering sträcker vi oss så långt att rekommendera att undersöka om möjligheterna i framtiden. Och när möjligheterna finns, kör!

8.1.2 Publicering i papperstidningen

Att lättillgängliga artiklar passar bra på internet, utgör dock ingen motsättning till att sådant material även finns i papperstidningen, då denna är bladdervänlig och av många "skummas" igenom när den utkommer. Det är rent av en fördel att ha en viss mängd material som syftar till att underhålla läsaren på ett lättillgängligt sätt.

Därmed inte sagt att längre djupgående artiklar inte passar in i papperstidningen. Även om många bladdrar i tidningen snabbt, så har man många gånger mycket tid när man sitter framför en papperstidning och kan därför vid funnet intresse gå ner djupare i artiklar. Det är därför i papperstidningen gynnsamt att publicera mer djupgående artiklar, men kontentan är att en gynnsam blandning av "snabbt" och "djupt" material är att föredra.

8.1.3 Publicering på ett innehållsmässigt plan

För att tillgodose det sociala och interagerande behovet bland läsarna råder vi att framhäva de ansikten och personer som finns i rörelsen, och som skriver artiklarna i tidningen, både textuellt och visuellt.

En större och friare debatt i tidningen är något vi funnit en uttalad efterfrågan på. Även här kan man med fördel framhäva personligheter som står bakom debattmaterial, som läsare i sin tur har möjlighet att identifiera sig med och intressera sig för.

Som vi tidigare nämnt har respondenterna visat att de ser på tidningens syfte i ett bredare perspektiv än att det bara bör tillfredsställa deras egna subjektiva behov. Detta då det kan finnas andra i samma läsekrets som kan ha behov av material som för respondenterna tycks irrelevant. Man bör därför som tidning inte stirra sig helt blind på vad våra opinionsledande respondenter efterfrågar för att själva nyttja, då de själva påpekar att det är viktigt att alla i läsekretsen innefattas av tidningens övergripande syfte.

8.2 Förslag till vidare forskning

Som redan nämnt tidigare i metodkapitlet hade en efterföljande kvantitativ studie varit intressant för att generera ett generaliserbart resultat från läsekretsen. I förhållande till en sådan undersökning skulle vår kvalitativa studie fungera explorativt, genom de hypoteser och begrepp som framkommit. Den kvantitativa studien hade kunnat ha som ansats att sätta frekvenser på de förhållanden vi tagit fram här, eller tagit steget längre och undersökt vilka förutsättningar hela läsekretsen har för att nyttja de tjänster som våra respondenter efterfrågar.

Vår studie har undersökt vad övertygade och närmast praktiserande socialdemokrater uppfattar och efterfrågar om tidningens innehåll. Det hade kunnat vara av intresse att använda liknande parametrar på en jämförelsegrupp som inte är främmande för att läsa en tidning som lutar socialdemokratiskt men som inte är lika direkt involverade i partiet. Vad hade skilt sig? Det hade bidragit kumulativt till förståelsen och självklart varit intressant för Ny tid om man har som ambition att appellera till en större krets läsare. Det hade dock kunnat uppstå svårigheter med urvalet, det vill säga att på ett konsekvent sätt samla de analysenheter som passar in beskrivningen.

9. Referenslista

Litteratur:

- Brinkmann, Svend, Kvale, Steinar (2009) *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Studentlitteratur, Lund
- Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Wängnerud, Lena (2012) *Metodpraktikan*, Norstedts Juridik, Stockholm
- Färdigh, A Mathias, Westlund, Oscar (2010) Kvällspress i gamla och nya tappningar i Holmberg Sören, Weibull Lennart , Oscarsson, Henrik (red) *Lycksalighetens ö - Fyrtioen kapitel om politik, medier och samhälle*, SOM-undersökningen 2010 SOM-rapport nr 55, Litorapid Media AB, Göteborg
- Gripsrud, Jostein (2011) *Mediekultur - mediasamhälle*, Bokförlaget Daidalos AB, Göteborg
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela (2008) *Massmedier: press, radio och TV i den digitala tidsåldern*. 9., rev. uppl. Stockholm: Ekerlid
- McQuail, Denis (1997) *Audience analysis*, Sage Publications
- McQuail, Denis (1983) *Masskommunikation*, Liber Förlag, Lund
- Strömbäck, Jesper (2000) *Makt och medier – En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur.
- Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart, Bergström, Annika (2002) *Efter Arbetet*, Dagspresskollegiet JMG Institutionen för Journalistik och masskommunikation Göteborgs universitet, Göteborg

Vetenskapliga artiklar:

- Dimmick, John, Kline, Susan, Stafford, Laura (2000) The Gratification Niches of Personal E-mail and the Telephone: Competition, Displacement, and Complementarity, *Communication Research* 2000 27:227 [Elektronisk] <http://crx.sagepub.com/content/27/2/227.full.pdf+html> [2012-11-20]
- Dutta-Bergman, Mohan J. (2004) Complementarity in Consumption of News Types Across Traditional and New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48:1, 41-60 [Elektronisk] http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1207/s15506878jobem4801_3 [2012-11-19]
- Flanigan, Andrew J., Metzger, Miriam J. (2001) Internet use in the contemporary media environment. *Human Communication Research*, Volume 27, Issue 1:153-181, 2001 January [Elektronisk] <http://onlinelibrary.wiley.com/store/10.1111/j.1468-2958.2001.tb00779.x/asset/j.1468-2958.2001.tb00779.x.pdf?v=1&t=hbkswvb2&s=722e022be6e508f33bc4e584b6e0f44d28973363> [2012-11-23]

Giannaopoulus, Giorgios, Weber, Ingmar, Jaimes, Alejandro, Sellis, Timos (2012) *Diversifying User Comments on News Articles*. The 13th International Conference on Web Information Systems Engineering (WISE 2012) [Elektronisk] <http://www.dblab.ece.ntua.gr/~giann/wise.pdf> [2012-12-16]

Holmqvist, Kenneth, Holsanova, Jana, Barthelson, Maria. and Lundqvist, Daniel. (2003) Reading or Scanning? A Study of Newspaper and Net Paper Reading, in Hyönä, Jukka, Radach, Ralph, Deubel, Heiner (red) *The Mind's Eye: Cognitive and Applied Aspects of Eye Movement Research*. Section 5: *Eye Movements in Media Applications and Communication*, pp. 657–70. Amsterdam: Elsevier Science. [Elektronisk] <http://www.lucs.lu.se/jana.holsanova/PDF/Holmqvist%20et%20al.pdf> [2012-12-16]

Katz, Eliuh (1957) The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis*. *Public Opinion Quarterly*, 21 (1): 61-78
[Elektronisk] <http://poq.oxfordjournals.org/content/21/1/61.full.pdf+html> [2012-11-17]

Zhao, Shanyang., Grasmuck, Sherri, Martin, Jason (2008) Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in human behaviour*, 24:5. (sid. 1816-18)
[Elektronisk] <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563208000204> [2012-11-23]

Webbsidor:

Ny tid - <http://www.nytid.se> [2012-11-10]

Statistiska centralbyrån - http://www.scb.se/Pages/TableAndChart____272978.aspx [2012-11-28]

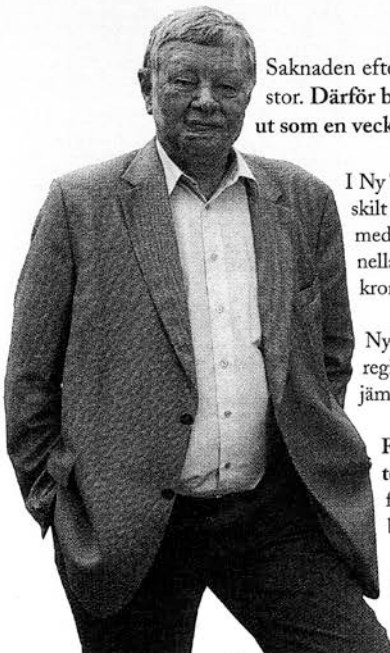
Tidningsstatistik - <http://www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=001591> [2012-12-15]

9.1 Bilaga I

Valerbjudande

Ny Tid!

Var med och ge Göteborgsområdet en socialdemokratisk tidning.



Saknaden efter en socialdemokratisk tidning i Göteborgsområdet är stor. Därför ber jag dig att vara med från start när Ny Tid kommer ut som en veckotidning, första numret kommer i oktober.

I Ny Tid kan du läsa om utvecklingen i Göteborgsområdet, särskilt det som händer med jobben och välfärden. Via samarbete med tidningen Aktuellt i Politiken bevakar Ny Tid den nationella politiken och politiska skeenden i världen. Allt för 184 kronor för ett halvår!

Ny Tid blir ett alternativ till den borgerliga dominansen bland regionens tidningar genom att den spegla nyheterna utifrån jämlikhet och solidaritet.

För att komma igång krävs det att vi är 2 000 personer som tecknar oss för en prenumeration på Ny Tid. Om vi mot förmodan inte skulle bli så många kommer alla vi som betalt att få Aktuellt i Politiken i ett halvår.

Ge dig själv och Göteborgsområdet en Ny Tid! Ta chansen och var med från början: Ny Tid ett halvår (25 nr) för endast 184 kr (ordinarie pris 207 kr)!

Göran Johansson, ordförande i Göteborgs kommunstyrelse och Göteborgsregionens kommunalförbund

Frågor? Ring tel 031-339 63 00 eller 08-700 27 77

PlusGiro		INBETALNING/GIRERING B		Kod 1
Meddelande till betalningsmottagaren	Meddelande kan inte lämnas på baksidan	Till PlusGirokonto		
Ny Tid		134 74 81-2		
06NT25N1EFD1		Betalningsmottagare (endast namn)		
		AIP MEDIA		
		Avsändare (namn och postadress)		
		Svenska kronor		
		öre		
		184.00		
		13474812#06#		

Från PlusGiro/personkonto (vid girering)

#

9.2 Bilaga 2

Intervjuguide

Kontrollfrågor

- Namn
- Yrke
- Ålder
- Roll inom socialdemokratien

Ny tid – Papperstidningen

- Prenumererar du på Ny tid?
- Varför prenumererar du på Ny tid? (Finns det ett inslag av plikt, partilinje?)
- Brukar du läsa du Ny tid?
- Varför läser du Ny tid? (Vad är ditt främsta motiv till läsning?)
- Vad tycker du om Ny tid?
- Är Ny tid en viktig tidning? Varför då? Varför inte?
- Vad skulle du vilja se mer/mindre av i Ny tid?
- Hur viktig är tidsaspekten? Behöver materialet kännas dagsaktuellt?
- Har du socialdemokratiska vänner som valt att inte prenumerera på tidningen?
- Vet du varför de inte gör det?
- Varför prenumererar eventuellt dina vänner på tidningen?
- Tycker du att Ny tid företräder dina politiska åsikter?

Uppfattning om och användning av nytid.se

- Brukar du läsa Ny tid på internet? Om inte, varför?
- Varför läser du Ny tid på internet?
- Är färskheten en anledning till att du tar del av material via Ny tid.se?
- Hur skulle du vilja att nytid.se såg ut? Funktioner, material och så vidare.
- Vad för slags innehåll behöver finnas på Ny tid producera för att du ska vara intresserad att dela med dig av det?
- Om allt av Ny tids material publicerades på nätet skulle du då ställa dig till papperstidningen?
- Finns det någon skillnad i hur en artikel bör se ut på nätet jämförande med i en papperstidning?

- I din uppfattning, hur kan tidningen och internetsidan bäst komplettera varann?
- Hur skulle en sådan relation se ut?

Opinionsledarskap

- Brukar du diskutera mycket politik med dina vänner, bekanta och kollegor?
- Har du ofta som mål att övertyga andra om din politiska åsikt?
- Tycker du människor lyssnar på dig? Värdesätter de din åsikt?
- Har du uppfattningen att du i regel är mer påläst än dem du pratar politik med?
- Hur ser ditt medieintag ut? Tidningar, tv, radio, nätet? Mycket politik och nyheter?
- Intresserad av lokala nyheter?
- Får du ofta känslan av att du är först på en nyhet när du pratar med vänner, kollegor, partimedlemmar etc. ? Gäller även politiska nyheter?
- Vad skulle Ny tid behövs skriva om för att du skulle ta upp detta med andra?

Opinionsledarskap på nätet

- Har du någon plattform utanför den interpersonella kommunikationen där du pratar politik och nyheter? Facebook, Twitter, blogg osv.?
- Varför då?
- Brukar du dela med dig artiklar och annat material rörande politik och nyheter på internet?
- Om du delar med dig och försöker skapa opinion på nätet, vad brukar det handla om?
- Är ämnet viktigt? Är formen viktig? Både som sändare och mottagare
- Verkar folk "lyssna"?
- Vad inhämtar du själv från sådana här sidor?

Delningsmöjligheter

- Är du aktiv inom sociala medier så som Facebook?
- Läser du bara eller delar du även med dig inlägg? Eller läser du inget och postar enbart?
- Är du intresserad av responsen du får på det du postar inlägg? I likes eller kommentarer, retweets.

Social läsning

- Varför använder du vanligtvis medier?
- Beskriv sin känsla när du läser något bra.
- Vad är det som får dig att vilja dela med dig?
- Vilken sinnesstämning är du i när du läser Ny tid?

- Är läsning ett sätt för dig att avskärma dig från omgivningen?

Avslutande

- Är det nånting mer du vill tilläga om det vi har pratat om?
- Får vi kontakta dig om vi har några uppföljande frågor?