

# JMG

Examensarbete i medie- och  
kommunikationsvetenskap

2014-06-15

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation  
[www.jmg.gu.se](http://www.jmg.gu.se)

## Vem behöver lokala nyheter?

En kvalitativ studie om unga vuxnas nyhetsvärderingar och  
medieval i dagens globaliserade samhälle.

Författare: Emelie Dimberg och Julia Ingemarsson  
Handledare: Mathias Färdigh  
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

## Abstract

---

<b>Titel</b>	Vem behöver lokala nyheter?
<b>Författare</b>	Emelie Dimberg och Julia Ingemarsson
<b>Uppdragsgivare</b>	Dagspresskollegiet vid DEMICOM och SOM-institutet
<b>Handledare</b>	Mathias Färdigh
<b>Kurs</b>	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet
<b>Termin</b>	Vårterminen 2014
<b>Ord</b>	19 002
<b>Syfte</b>	Syftet är att undersöka unga vuxnas relation till lokala nyheter i jämförelse med internationella, samt hur de tar del av dessa nyheter.
<b>Metod</b>	Kvalitativ analys i form av strukturerade fokusgruppintervjuer
<b>Material</b>	Intervjuer med sammanlagt elva respondenter vid tre fokusgruppintervjuer
<b>Huvudresultat</b>	<p>Det finns hos målgruppen skillnad i uppfattning av begreppet lokalt, vilken påverkas av tiden man befunnit sig på orten och tidigare erfarenheter. Den gemensamma åsikten är dock att en lokal nyhet ska angå individen direkt eller indirekt. Respondenterna i undersökningen anser att lokala nyheter är viktiga, men intresset att ta del av dessa är litet och behoven små. Behovet att ta del av internationella nyheter anses däremot starkare hos målgruppen och även intresset och vikten av dessa bedöms vara större på grund av globaliseringen. Främst handlar det om att målgruppen vill vara uppdaterad och ha en förståelse för resten av världen, eftersom den uppfattas påverka dem i stor grad. När det gäller medieval är det främst internetbaserade nyheter och sociala medieplattformar via mobilen som används. Via dessa kanaler tar respondenterna del av både globala och lokala nyheter. De lokala nyheterna tas dock främst del av muntligt i sociala sammanhang, till skillnad från de internationella nyheterna där ovannämnda kanaler till störst del används. Dagspressläsandet är generellt lågt hos målgruppen och dagstidningar i pappersupplaga anses inte ha en ljus framtid.</p>

## Executive Summary

---

The advents of globalization, new technologies, and media have created a competitive market for the daily press where citizens are able to choose between arrays of media channels.<sup>1</sup> This has in turn created a digital gap between the generations, which may come to affect the already existing knowledge fissure.<sup>2</sup>

This thesis is written on behalf of Dagspresskollegiet at DEMICOM and the SOM-institute, which main area of focus is to research changes in media usage over time.<sup>3</sup> Previous research demonstrates that local news creates unity and a sense of belonging, as well as enlightened and knowledgeable citizens.<sup>4</sup> It is therefore important for society to study the changes in media usage among young adults as it may illuminate how community, balance and democracy are affected by their attitudes and habits in regard to news. The aim of this thesis was therefore to analyze what young adults perceive as newsworthy, and which media channels they prefer to use in today's global society. This was accomplished by exploring the target group's view of local news in relation to international news, as well as how they partake in them. To accomplish this objective, the three following research questions were formulated:

- What are young adults perceptions in regards to local news?
- What are young adults perceptions in regards to international news?
- Which media channels does the target group consume in order to take part of news?

Theories within Globalization, Uses and gratifications and News Worthiness were chosen as the theoretical framework for this study. These theories applied to the findings can lead to an increased insight of possible problems and future effects as studied in this thesis. Focus group interviews were used as the method for this qualitative study, which targets students between the ages of 20-25.

This study shows that the definition of news varies. This is depending, not only, on the individual's interests and experiences, but also on the students definition of what they regard as news: something which affects oneself, or society as a whole. The target group's view of what is local was affected by where they were from, the place they reside and study, as well as their emotional connections to various news reports. Therefore, the results of this paper indicate that the definition of local news is reports, which either mentally or physically, directly or indirectly affect the individual regardless of where it takes place. Even though the respondents agree that local news are important, the interest in these were not strong enough to actively search for and take part of them. However, the target group's interest in international news was stronger, mostly because of the desire to be updated and well informed about global events. There is an increased impact from the world around us, which according to the focus groups make international news of importance to take part of. Therefore, the perceptions of both local and global news seem to be highly influenced by globalization. A variety of media channels are used to consume both local and global news, and the respondents' different interests and needs to satisfy affect the media choices. However, this study demonstrates that more of a habitual pattern exists when it comes to news and media usage, rather than active decisions. Overall the Internet resources and social media platforms are most commonly used, mostly due to the quick and easy access to smart phones.

Even though the low interest of local news can be seen as a threat to the local community and democracy, it is in this thesis discussed whether the young adults' news interest and usage should actually be seen as a problem. Perhaps it could rather be seen as an advantage in today's globalized world in which an understanding for and knowledge of other cultures, and how the different parts of the world intertwine is so important.

---

<sup>1</sup> Hvitfelt & Nygren, 2002:31

<sup>2</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:216

<sup>3</sup> DEMICOM, 2013

<sup>4</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:215-217

# Innehållsförteckning

---

<b>1. Inledning</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Bakgrund</b> .....	<b>6</b>
2.1 Uppdragsgivarens tidigare forskning.....	6
2.2 Vikten av lokala nyheter .....	6
2.3 Generation Mobil <sup>2</sup> .....	7
2.4 Förändrat intresse eller förändrade vanor? .....	7
2.5 Studiens relevans .....	9
<b>3. Syfte och frågeställningar</b> .....	<b>11</b>
3.1 Avgränsningar .....	11
<b>4. Teoretiska ramar</b> .....	<b>12</b>
4.1 Nyhetsvärdering – vad är en nyhet?.....	12
4.2 Globalisering.....	13
4.2.1 Lokalt + Globalt = Glokalt.....	14
4.2.2 Nyheter i ett globaliserat samhälle .....	15
4.3 Uses and gratificationsteorin .....	16
4.3.1 Uses and gratificationsteorin idag .....	18
<b>5. Metod</b> .....	<b>20</b>
5.1 Kvalitativ metod – fokusgrupper .....	20
5.2 Urval.....	20
5.2.1 Fokusgrupprespondenter .....	21
5.3 Tillvägagångsätt och genomförande.....	22
5.3.1 Tillvägagångsätt vid analysering av material.....	23
5.4 Metoddiskussion.....	23
5.4.1 Studiens giltighet och tillförlitlighet.....	24
<b>6. Resultat och analys</b> .....	<b>26</b>
6.1 Om nyhetsbegreppet .....	26
6.2 Om lokala nyheter .....	28
6.3 Om internationella nyheter .....	30
6.4 Om lokalt vs. internationellt.....	33
6.5 Om medievalet.....	34
6.6 Slutsats .....	38
<b>7. Slutdiskussion</b> .....	<b>40</b>
7.1 Vidare forskning .....	42
<b>Källförteckning</b> .....	<b>43</b>
<b>Bilagor</b> .....	<b>47</b>

# 1. Inledning

---

Den 9 april i år, 2014, meddelade TV4-gruppen att de beslutat att skrota sina lokala nyhetssändningar.<sup>5</sup> Nyheten väckte stor uppståndelse och skapade i samband med övriga mediekanalers bantning av lokalnyheter en ökad oro för en utdöende lokaljournalistik.<sup>6</sup> Casten Almquist, VD för TV4-gruppen, förklarade att nedläggningen framför allt berodde på en dramatisk förändring i mediebranschen, vilken påverkat och förändrat tittarbeteenden drastiskt bara de senaste månaderna.<sup>7</sup> Det hade på TV4 konstaterats att en lokal nyhetsrapportering mot en lokal publik inte var något att satsa på i framtiden.<sup>8</sup> *"Nyfikenheten för lokalt dalar"*, löd en av rubrikerna i samband med TV4s utlåtande och framför allt var det de ungas intresse för de lokala nyheterna som berördes i artikeln.<sup>9</sup> Frågan är om denna åldersgrupp i tidigare generationer haft större intresse för lokala nyheter och vad som egentligen menas med minskat intresse. Är det i jämförelse med de äldre generationerna, eller i förhållande till de internationella nyheterna som menas? En möjlig påverkande faktor till detta påstående skulle kunna vara globaliseringen, vilken lett till ett förändrat medielandskap och fler val av kanaler. Den utvecklade teknologin har även fört oss närmare till det som är långt borta, samtidigt som människor ständigt befinner sig både i nationell och global rörelse.

Detta fenomen belystes även av Lennart Weibull, professor i massmedieforskning, som nyligen (april 2014) i en intervju med Dagens Nyheter förklarade att förändringen inom den lokala journalistiken grundats på just den minskade bo-fastheten och den ökade rörligheten hos befolkningen. Han menade att många undersökningar pekar på att det finns ett intresse för lokalnyheter, men att det alltid varit lägre hos yngre människor. Däremot påpekade Weibull en skillnad i dagens samhälle i jämförelse med tidigare år: människor är rörliga, mobila och globala under en längre period av livet. Man är med andra ord yngre till sättet under en längre tid nu än förr, och i och med detta har även det lägre intresset för lokala nyheter stigit i åldrarna.<sup>10</sup>

I och med den allt mer globaliserade världen uppkommer frågan om dagens unga inte längre är lika knutna till det fysiskt lokala samhället. Det är ett faktum att de är under rörelse och flyttar för utbildning och på grund av arbete, och att de även reser i allt större utsträckning. Med den utvecklade teknologin och nya mediekanaler är det enkelt att kommunicera utanför stadens, landets och världsdelens gränser, och man tar del av händelser på andra sidan jordklotet som om det vore lokalt. Kan den förbättrade kommunikationen och de världsomspännande medierna gjort att intresset av och samhörigheten till andra platser än de omgivande lokala ökat?

Vidare har dagens många informationskanaler lett till en ökad konkurrens mellan medierna.<sup>11</sup> Trots detta har lokalpressen varit det populäraste alternativet för lokal nyhetsförmedling, genom att använda sig av just lokala nyheter som konkurrensmedel för att behålla publiken.<sup>12</sup> Idag handlar det inte om att den yngre publiken inte tar del av de lokala nyheterna när de väl läser dagspressen.<sup>13</sup> Kanske kan däremot de utsuddade geografiska gränserna ha lett till en förändrad definition av vad som är lokalt, vilket gör att nyhetsbehovet nu kan tillfredsställas på andra sätt än via både dagstidningar och TV-sändningar.<sup>14</sup> Möjligtvis tänkte TV4-gruppens VD Casten Almquist därmed rätt i och med beslutet att lägga ner de lokala nyhetssändningarna. *"Målet är att kunna satsa mer resurser på nyhetsbevakningen på digitala plattformar"*, förklarade han för Svenska Dagbladet.<sup>15</sup> Vilken plats har egentligen de lokala nyheterna i det allt mer globala samhället med utsuddade geografiska gränser?

---

<sup>5</sup> TV4-gruppen, 2014

<sup>6</sup> Amster, 2014

<sup>7</sup> Almquist i Amster, 2014

<sup>8</sup> ibid.

<sup>9</sup> Lenas, 2014

<sup>10</sup> Weibull i Lenas, 2014

<sup>11</sup> Stúr, 2004:60

<sup>12</sup> Ohlsson, 2013:141

<sup>13</sup> Andersson & Weibull, 2012:432

<sup>14</sup> Hvitfelt & Nygren, 2002:63

<sup>15</sup> Almquist i Amster, 2014

## 2. Bakgrund

---

I följande kapitel ges till att börja med en beskrivning av studiens uppdragsgivare och utgångspunkten till undersökningen utifrån deras perspektiv. Sedan följer en redovisning av vikten av lokala nyheter i samhället, samt en beskrivning av dagens på flera sätt mobila generation. Vidare ges en överblick på denna målgrupps nyhets- och medievanor i förhållande till andra generationers över tid, där även dagens medievärld och digitalisering berörs. Slutligen presenteras studiens inom- och utomvetenskapliga relevans.

### 2.1 Uppdragsgivarens tidigare forskning

Denna studie genomförs på uppdrag av Dagspresskollegiet, ett forskningsprogram som bedrivs av DEMICOM vid Mittuniversitetet i nära samarbete med SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Sedan 1979 har Dagspresskollegiet forskat kring förändringar i medieanvändning över tid för att huvudsakligen kunna belysa publikens perspektiv på dagspressens utveckling. Idag studeras alla typer av mediekanaler och samspelet mellan dessa, men fokus ligger på nyhetsmedier.<sup>16</sup>

Dagspresskollegiet finner det viktigt att studera ämnet lokala nyheter bland unga vuxna på grund av denna målgrupps minskade användning av dagstidningar. Huvudsakligen är de intresserade av en studie som undersöker begreppet lokalt och om definitionen av detta har förändrats, men även vilken typ av lokala nyheter denna målgrupp tar del av och varifrån. Genom detta vill Dagspresskollegiet få en inblick i dagstidningens utveckling och vilka faktorer som kan förklara förändringen i konsumtion av unga vuxna.<sup>17</sup>

### 2.2 Vikten av lokala nyheter

Varför tas diskussionen om dagspressens framtid ständigt upp? Är det helt enkelt på grund av risken att förlora en historisk mediekanal eller finns det andra anledningar? Den främsta källan till lokalnyheter är den lokala dagspressen, och just nu vilar dess öde på intresset av de lokala nyheterna. Det är med andra ord dessa nyheter som ges störst uppmärksamhet av den lokala dagspressens läsare.<sup>18</sup> Däremot minskar tidningsläsandet över lag och framför allt i de yngre generationerna.<sup>19</sup> Detta kan betyda att kunskaperna om det lokala samhället försämras om de inte tas del av via andra medier. Dock visar en norsk studie att personer som tar del av nyheter exempelvis via internet ges mindre information och därmed i mindre utsträckning är orienterade mot det lokala samhället än de som läser tryckta tidningar.<sup>20</sup> Varför är då den lokala dagspressen, men främst de lokala nyheterna, så viktiga att ta del av?

Lokala nyheter har tidigare beskrivits vara av värde inom i huvudsak tre sociala och kulturella områden. För det första är de den huvudsakliga källan till samhällsinformation, som exempelvis personliga notiser, lokala event eller kommunala problem. Medierna ansvarar således för att tillhandahålla medborgarna information för att kunna ta del i samhällsdebatten.<sup>21,22</sup> För det andra tillför de lokala nyheterna en identitetskänsla och förståelse för andra sociala och kulturella grupper i samhället.<sup>23</sup> Slutligen är de av vikt i ett demokratiskt samhälle då de ger medborgarna chansen att framföra och utbyta åsikter med varandra, men även med organisationer, företag och föreningar.<sup>24</sup>

---

<sup>16</sup> DEMICOM, 2013

<sup>17</sup> JMG, 2011

<sup>18</sup> Andersson & Weibull, 2012:435

<sup>19</sup> Wadbring, 2012:420

<sup>20</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:216

<sup>21</sup> Nygren, 2001:17

<sup>22</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:215-217

<sup>23</sup> ibid.

<sup>24</sup> ibid.

De lokala medierna kan även ha en informerande och granskande uppgift, exempelvis gällande kommunala frågor, samt ett uppdrag att påverka samhällets agenda. Medborgare, kommun och nyheter samspelar därmed i en cirkel, beroende av varandra, för ett fungerande samhälle.<sup>25</sup>

Vidare förklarade Kalle Sandhammar, chefredaktör för Norrländska Socialdemokraten, i en krönika vikten av lokal journalistik: *“Lokal journalistik har ett värde. Norrbotten förtjänar fria och konkurrerande medier som granskar makthavarna, bevakar det som händer i regionen och berättar om de människor som lever sina liv här.”*<sup>26</sup> Upplysta medborgare är med andra ord en faktor för ett fungerande samhälle i balans, där medborgarna har förståelse för varandra.

## 2.3 Generation Mobil <sup>2</sup>

I den här studien med fokus på lokala nyheter är det relevant att ytligt redovisa vilken relation den yngre generationen har till det lokala samhället idag. I och med globalisering och teknikutveckling upplevs jordklotet mindre och dagens unga är inte i samma utsträckning knutna till ett specifikt samhälle som man var förr.<sup>27</sup> De har en ”spelplan” i form av världen att röra sig på, större möjligheter än vad tidigare generationer haft, och andra länder är inte längre lika främmande och svåråtkomliga. Unga förflyttar sig därmed i betydligt större utsträckning nu än vad de gjort tidigare - de reser i Sydostasien, åker som volontär till Afrika eller som au pair till USA. De åker på utbytestermener till världens alla hörn.<sup>28</sup> Hela 70 % av den yngre generationen vill arbeta utomlands efter sin högre studentexamen.<sup>29</sup> Detta uppges delvis bero på en lockelse av höga befattningar i globala företag som ger dem chansen att komma ut i världen och bo på olika destinationer under en period av sina liv.<sup>30</sup> Det är därför en logisk tanke att det fysiskt lokala därmed inte är lika stabilt som det en gång var.<sup>31</sup>

Dagens unga vuxna är inte heller bara fysiskt mobila, utan kännetecknas även med att ständigt ha en mobil, eller smartphone, i sin hand. Generationen är född och uppvuxen med både internet och mobiltelefoni, något som av den ses som något helt självklart.<sup>32</sup> Att kolla mobilen har blivit något man gör rutinemässigt så fort man vaknar och innan man går och lägger sig, precis som att borsta tänderna.<sup>33</sup> Mobiltekniken ses hos människorna i denna generation ofta som en förlängning av de själva, och det är därför högst sannolikt att deras beteenden och attityder kring fenomenet skiljer sig i en jämförelse med till och med generationen före dem. Exakt hur det kommer skilja sig åt kan endast framtiden bevisa, men det man kan se redan idag är att mobilen spelar en mer betydande roll i vardagslivet och att detta inte bara avser kommunikation utan även nyheter och information.<sup>34</sup>

## 2.4 Förändrat intresse eller förändrade vanor?

Som tidigare nämnts befinner sig vårt samhälle under ständig utveckling, bland annat på grund av den framskridna teknologin och globaliseringen. Detta har naturligt och automatiskt bidragit till en förändring av befolkningens vanor, beteenden och intressen, också när det gäller nyhets- och medieanvändning.<sup>35</sup> I en tidigare studie från SOM-institutet jämfördes andelen nyhetsläsare i Sveriges befolkning mellan år 1989 och 2012. Andelen som tog del av nyheter via papperstidningar minst en dag per vecka var för 25 år sedan 90 procent, medan den 2012 hade sjunkit till 52 procent. Att andelen som tog del av nyheter på papper och/eller via internet minst

---

<sup>25</sup> Nygren, 2001:9-11

<sup>26</sup> Sandhammar, 2013

<sup>27</sup> Weibull i Lenas, 2014

<sup>28</sup> Lundholm, 2009

<sup>29</sup> Business Region Göteborg, 2013

<sup>30</sup> Olsson & Olsson, 2006:105

<sup>31</sup> Weibull, 2012:49

<sup>32</sup> Lozanovski & Wadbring, 2013:15

<sup>33</sup> Hanson, 2007:3

<sup>34</sup> Westlund, 2012:537

<sup>35</sup> Olsson & Olsson, 2006:97

en dag per vecka år 2012 hade höjts till 78 procent är inte svårt att förstå eftersom internet inte var utvecklat år 1989. Dock var det totala nyhetsläsandet 12 procentenheter högre år 1989 än 2012.<sup>36</sup>

Andra forskare har i en studie även jämfört medievanor mellan åren 2006 och 2011 hos 20- till 24-åringar i Skåne. Denna studie visade att de som läser morgontidningen på papper minst fyra gånger i veckan hade minskat med 51 procent under de fem åren, och andelen hade även sjunkit bland de som läser gratistidningar och tittar på TV-nyheter. Däremot hade bloggläsandet i denna målgrupp dubblerats, vilket är mer än i någon av de övriga åldersgrupperna.<sup>37</sup> Dessa siffror tyder på att förändringarna i nyhets- och medieanvändning inte bara är en fråga om ålder, utan även om tiden vi lever i. *"Varje tid har sin egen generation"*, ansåg Olsson och Olsson och menade att pensionärer idag inte är som pensionärer var förr, detsamma gäller övriga åldersgrupper.<sup>38</sup> Den skånska undersökningen visade vidare att områden med en högre andel unga vuxna har den minsta räckvidden av den tryckta morgontidningen, samtidigt som användningen av internetnyheter där är som störst.<sup>39</sup>

Påståendet att intresset för lokala nyheter i den yngre generationen har minskat kan möjligtvis vara kopplat till det minskade läsandet av lokalpressen i denna åldersgrupp. Däremot finns det inget som tyder på att dessa nyheter inte tas del av från någon annan källa. Att de unga förflyttat mycket av nyhetsanvändningen till internet vet man. De är mer positiva till ny teknik och nya medieformer än de äldre, vilket inte är så konstigt med tanke på att de är uppvuxna i ett exploderande medielandskap.<sup>40</sup> Däremot har siffrorna på användandet av internetbaserade nyheter inte ökat i samma takt som användandet av de traditionella mediekanalerna har minskat.<sup>41</sup> Intresset för lokala nyheter har dock alltid varit lägre i de yngre generationerna, men nu har detta intresse spridit sig högre i åldrarna på grund av att människor i dagens samhälle har en mer ungdomlig levnadsstil under en längre period i livet.<sup>42</sup>

Dagens samhälle står inför ett vägval mellan tryckta och digitala medier<sup>43</sup> och när dessa valmöjligheter ökar är det logiskt att de även nyttjas.<sup>44</sup> Utifrån detta är det inte konstigt att användningen av nya digitala kanaler växer och att det totala nyhetsutbudet ökar i samband med detta. Man kan därmed dra slutsatsen att denna förändring i medieanvändningen ökat möjligheterna att ta del av internationella nyheter för dagens unga vuxna, vilket inte tidigare varit möjligt i samma mån. I en rapport av SOM-institutet från 2012 kan man avläsa vissa skillnader mellan olika samhällsgrupper när det gäller intresse för lokala i jämförelse med internationella nyheter i dagspress.<sup>45</sup> Storstadsinvånare är mer intresserade av internationella nyheter än de som bor i småstäder och detsamma gäller högutbildade människor i förhållande till lågutbildade. I den lokala morgontidningen läser människor under 30 år i mindre utsträckning än de äldre de lokala nyheterna, samtidigt som de yngre visar större intresse för de internationella nyheterna. Just i den lokala dagspressen är det dock de lokala nyheterna som överlag visas störst intresse, vilket tyder på att de unga som väljer att läsa den lokala morgontidningen faktiskt har ett genuint intresse för just dessa nyheter.<sup>46</sup>

I en kvantitativ studie från 2010 mättes användningen av Jönköpings lokala medier hos ungdomar i åldern 15-19 och man kom fram till att intresset för lokala nyheter var relativt högt. Dock ifrågasattes resultatet då man inte visste vad de unga egentligen definierade som lokalt,

---

<sup>36</sup> Wadbring 2012:420

<sup>37</sup> Ohlsson 2013:139-140

<sup>38</sup> Olsson & Olsson, 2006:97

<sup>39</sup> Ohlsson 2013:137

<sup>40</sup> Andersson, 2012:460

<sup>41</sup> Ohlsson 2013:137

<sup>42</sup> Weibull i Lenas, 2014

<sup>43</sup> Bergström, Oskarsson & Weibull, 2012:12

<sup>44</sup> Lozanovski & Wadbring, 2013:14

<sup>45</sup> Bergström, Oskarsson & Weibull, 2012

<sup>46</sup> Andersson & Weibull, 2012:433-435



vilket man inte kom fram till genom studiens kvantitativa metod med enkätutskick.<sup>47</sup> Definitionen av begreppet lokalt diskuterades även av chefredaktören Göran Carstorp vid Södermanlands Nyheter som i år skrev ett blogginlägg om hur en lokal berättelse ibland även kan vara global.<sup>48</sup> Han menade att en nyhetsberättelse kan börja lokalt men sluta globalt och vice versa, och att den lokala vardagen därmed kan vara del av en global händelse. Detta, menade han, illustrerar en förändrad lokaljournalistik, och tyder därmed på att förutom nyhets- och medievanorna är det även nyheterna och medierna i sig som har förändrats.<sup>49</sup> Vidare beskrev André Jansson hur medier har slutat fungera som just medier i det nya samhället. Han förklarade att ett mediums roll är att kommunicera, informera och överföra budskap, men att det idag inte längre handlar om detta. *"Istället har det utvecklats till ett gigantiskt nöjesevenemang som publiken tar del av för att slippa engagera sig i samhällsutvecklingen"*, menade Jansson.<sup>50</sup>

## 2.5 Studiens relevans

Sammanfattningsvis är denna studie ur ett *utomvetenskapligt perspektiv* av nytta på många sätt. Att ta till sig av lokala nyheter är av vikt då det bidrar till upplysta medborgare och stärker tillhörigheten till orten, vilket i sin tur har påverkan på samhällsbalansen där människor visar förståelse för varandra och miljön de lever i. Lokalpressen som medium är en viktig del i ett demokratiskt samhälle, bland annat i form av ett forum för medborgarna att göra sig hörda och ta del av journalistiskt granskad information som rör kommunens makthavare och deras beslut.<sup>51</sup>

De tryckta dagstidningarna har idag hård konkurrens om att förmedla de lokala nyheterna – detta inte bara av onlineversionerna, utan även av diverse sociala medieplattformar. En norsk studie från 2011 visade att nyheter inte bara förflyttas och läses via internet och sociala medier, utan även att denna förändring bidragit till en digital klyfta mellan människor. Detta kan i sin tur komma att förstärka den redan existerande kunskapsklyftan mellan de som läser och de som inte läser papperstidningen. Enligt Skogerbo och Winsvold har detta att göra med att nyheterna som finns tillgängliga på internet innehåller mindre information och i sin studie beskriver de även hur pappers- och nättidningar skiljer sig åt i tillgänglighet, pris och distributionsvanor. Detta får till följd att olika grupper av exempelvis ålder, kön, utbildning och inkomst attraheras av olika typer av medier, vilket som redan nämnts uppges skapa en klyfta i samhället.<sup>52</sup>

Även Hvitfelt och Nygren redogjorde hur pessimister till det snabbt växande IT-samhället förutspår ökade informationsklyftor i samhället. De oroade sig dessutom för att dagspressen i pappersformat inte kommer kunna ersättas av något medium som i samma utsträckning ger bred och djup information när det kommer till kommentarer och bakgrunder.<sup>53</sup>

En undersökning av unga vuxnas förhållande till lokala nyheter och dess olika mediekanaler blir utifrån ovanstående problematisering av samhällelig relevans. Detta genom att ge en förståelse för om, och i så fall hur, relationen mellan unga vuxna och deras medieanvändning kan påverka graden av upplysta medborgare och kunskapsklyftor. Studien kan även ge insikt i hur gemenskapen, balansen och demokratin påverkas av unga vuxnas medievanor och attityder till nyheter, delvis i det lokala samhället men även i den övriga världen. Den yngre befolkningen idag lever under förutsättningar som skiljer sig mycket från tidigare generationers. Den är uppvuxen i en tid med globalisering, utvecklad teknologi och nya medier, vilket utvecklat nya vanor och gör det relevant att undersöka just denna åldersgrupp. Att studera detta ämne är även givande sett ur mediebranschens, och kanske framför allt dagspressens, perspektiv för att bidra

---

<sup>47</sup> Almgren & Holmgren Hjelm, 2010:27

<sup>48</sup> Carstorp, 2014

<sup>49</sup> ibid.

<sup>50</sup> Jansson, 2011:192

<sup>51</sup> Skogerbo & Winsvold, 2011:216

<sup>52</sup> ibid.

<sup>53</sup> Hvitfelt & Nygren, 2002:14

med underlag till framtida utveckling inom branschen. I och med det nytagna beslutet av TV4 att lägga ner de lokala nyhetssändningarna är det bevisligen ett ämne av samtida relevans.

Ur ett *inomvetenskapligt perspektiv* ämnar denna studie att fortsatt bygga på tidigare forskning som berör lokala nyheter, dess framtid inom journalistiken, samt unga vuxnas medie- och nyhetsanvändning. Att unga i mindre grad än äldre läser dagspressen, rör sig på de sociala medieplattformarna och intresserar sig för globala nyheter vet man redan. Det denna studie kan bidra med till medie- och kommunikationsvetenskapen är delvis en granskning av hur pass kopplat dessa faktorer är till globaliseringen. Ytterligare tillför studien en diskussion huruvida nyheters innehåll kan påverka unga människors medieval, samt hur behovet av både innehåll och medier ser ut och varför. Vad denna mobila generation egentligen anser vara lokala nyheter är ett område av vikt och behov av ytterligare studier, då tidigare nyhets- och medieforskning till stor del är grundat på en äldre definition av begreppet lokalt.

### 3. Syfte och frågeställningar

---

Utifrån föregående bakgrund och problembeskrivning avser denna studie skapa en förståelse för unga vuxnas nyhetsvärderingar och -användning, samt medieval i dagens globala samhälle. Den ämnar därmed framföra eventuella kopplingar mellan dessa komponenter. Med studien eftersträvas även att utreda om dessa faktorer tillsammans kan påverka graden av upplysta medborgare och kunskapsklyftor, samt utvärdera det eventuella problemet med detta. Huvudsyftet med denna studie definieras därmed som följer:

*Syftet är att undersöka unga vuxnas relation till lokala nyheter i jämförelse med internationella, samt hur de tar del av dessa nyheter.*

Valet att göra jämförelsen med internationella nyheter och inte nationella, grundar sig i föreställningen att globaliseringen bidragit till att samhörigheten med stora delar av världen stärkts, snarare än att den gjort det nationellt. Detta ska undersökas hos en av de mest påverkade åldersgrupperna när det gäller globaliseringen, den med åldersspannet 20-25 år. För att uppnå syftet ska följande frågeställningar besvaras:

- *Vilka är unga vuxnas uppfattningar om lokala nyheter?*

Med denna fråga är syftet först och främst att definiera begreppet lokalt för att ta reda på vad lokala nyheter innebär för målgruppen. Vidare efterfrågas information om behovet att ta del av dessa nyheter, hur intresset ser ut och vad detta beror på.

- *Vilka är unga vuxnas uppfattningar om internationella nyheter?*

För att ytterligare kunna tolka målgruppens relation till det närliggande samhället och lokala nyheter syftar denna fråga till att definiera begreppet internationellt. På liknande sätt som med ovanstående frågeställning ska intresset för de internationella nyheterna undersökas. Hur ser behovet av dessa ut och varför?

- *Vilka kanaler använder sig målgruppen av för att ta del av nyheter och varför?*

Den sista frågeställningen ämnar ta reda på hur målgruppen tar del av nyheter, samt undersöka eventuella skillnader och likheter i medievalet mellan lokala och internationella nyheter.

#### 3.1 Avgränsningar

I denna studie har begreppet unga vuxna begränsats till åldern 20-25 år. Inom detta åldersspann hittas såväl studenter och arbetare som arbetslösa individer. I dagsläget tar allt fler unga sig an studier på högre nivå och en stor andel i åldersspannet 20-25 år är därmed högskolestudenter.<sup>54</sup> Uppdragsgivarens intresse i att undersöka dagspressens utveckling på den nuvarande marknaden, tillsammans med ökningen av högskoleutbildade unga vuxna i Sverige, gör det relevant att vidare avgränsa studien till att granska just denna grupp människor. För ytterligare läsning angående studiens avgränsningar hänvisas till uppsatsens metodkapitel.

---

<sup>54</sup> Sveriges Radio, 2012

## 4. Teoretiska ramar

---

I följande kapitel fastställs uppsatsens teoretiska ramar inför studiens analys. I och med ett syfte att undersöka unga vuxnas relation till och värdering av olika nyheter introduceras detta kapitel med teorier kring nyhetsvärdering. En av de faktorer som påverkar det både journalister och mottagare värderar i nyhetsväg är strukturen på samhället vi lever i och dess kultur.<sup>55</sup> Därför följer i detta kapitel en redovisning av teorier inom området globalisering. För denna studie är det till att börja med relevant att förstå hur definitionen av vad som är lokalt kan ha förändrats. Vidare presenteras teorier om hur nyhetsflödet har påverkats av globaliseringen, samt hur detta även kan ha påverkat synen och intresset för nyheterna, med andra ord nyhetsvärderingen. I och med globaliseringens påverkan på både mediekkanaler, nyhetsflöde och -värdering, samt samhällets och individens intressen blir även uses and gratificationsteorin (UGT) av relevans för denna studie. Denna teori och dess plats i dagens samhälle kan vara till hjälp för att förklara målgruppens val och användning av medier. Detta då den beskriver hur viljan att tillfredsställa specifika behov aktivt styr publikens medieval, vilket dock är något som kan ha påverkats av globaliseringen. De tre teorierna; nyhetsvärdering, globalisering och UGT är på så sätt sammankopplade och bildar tillsammans den teoretiska ramen för denna studie.

Detta teoretiska ramverk applicerat på studiens resultat ger en insikt, samt är bidragsgivande i en diskussion inom det tidigare beskrivna problemet med konsekvenserna av ett minskat intresse för lokalnyheter.

### 4.1 Nyhetsvärdering - vad är en nyhet?

En allmän definition av nyhetsbegreppet hittas i Nationalencyklopedin och lyder "**Nyhet**, offentliggjort meddelande om något betydelsefullt som tidigare varit okänt: en händelse, en process eller ett tillstånd".<sup>56</sup> Här nämns inget specifikt medium eller kanal, men traditionellt är det fyra krav som ställs på ett massmedium för att det ska betraktas som nyhetsmedium – det ska präglas av universalitet, offentlighet, aktualitet och periodicitet.<sup>57</sup> Vidare är problemet med denna definition frågan vad som klassas som betydelsefullt, och av vem. Enligt Erik Fichtelius finns ingen definition av nyhetsbegreppet; inte ens ur en journalists perspektiv är det lätt att bedöma vad som är en nyhet eftersom man måste utgå från vad allmänheten vet.<sup>58</sup> Ändå har begreppet ofta analyserats utifrån vad journalisterna placerat på förstasidan, men enligt Fichtelius definieras begreppet gång på gång både av den som tar emot nyheten och den som sprider den. Samtidigt varierar innehållet i det som sprids och tas emot både mellan olika kulturer och geografiska platser, samt i tid och rum.<sup>59</sup> Detta gör att definitionen av nyhetsbegreppet ständigt är i förändring.

Forskare har genom åren kommit fram till en mängd olika teorier om vad som avgör om en händelse blir en nyhet och vad som värderas i denna av mottagarna. Enligt Walter Lippmans teori är det två krav som ska ställas på en nyhet. För det första ska den väcka känslor hos publiken och för det andra ska den erbjuda identifikation.<sup>60</sup> I samband med publikation av en nyhet ska journalisten *tro* att nyheten får gensvar från allmänheten och att den anses relevant.<sup>61</sup> Dock finns det två angreppssätt för en nyhetsvärderande journalist – vad mottagarna *vill* veta och vad de *bör* veta. Vissa nyheter väljs troligtvis ut enbart för att journalisten anser att det är något publiken *borde* ta del av.<sup>62</sup> På samma sätt är det sannolikt att journalisterna väljer *bort* det de anser att publiken *inte* bör veta. De två förstnämnda fälten går ibland hand i hand, medan de i andra fall kolliderar när publiken anses *borde* ta del av något de inte alls är intresserade av. I

---

<sup>55</sup> Fichtelius, 2008:17-18

<sup>56</sup> Nationalencyklopedin, 2014

<sup>57</sup> Hadenius & Weibull, 2003:15

<sup>58</sup> Fichtelius, 2008:14

<sup>59</sup> Fichtelius, 2008:17-18

<sup>60</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>61</sup> *ibid.*

<sup>62</sup> Johansson, 2004:232-233

slutänden är det ändå ett måste att nyheten fångar publikens intresse för att klassas som just en nyhet.<sup>63</sup>

Långt efter Lippmans uttalade teori kom Henk Prakke fram med en tes som till viss del kompletterade Lippmans två krav på en nyhet. Prakke menade att det främst är tre faktorer som är av vikt för att skapa ett nyhetsvärde: närhet i tid, i kultur och i rum. Detta innebär att ju mer nära i tid en händelse uppdragas, ju mer publiken kan relatera till och identifiera sig med den, och ju närmare händelsen sker geografiskt, desto större chans har den att bli en nyhet.<sup>64</sup> De två teorierna skiljer sig åt i och med att Lippman fokuserade på nyhetens krav – väcker den inte känslor och identifikation hos publiken kan den helt enkelt inte klassas som en nyhet. Prakke däremot analyserade nyhetsvärdet djupare och lade till ytterligare två faktorer i form av tid och rum. Håkan Hvitfelt utvecklade senare Lippmans och Prakkes teorier med mer specifika faktorer, vilka han ansåg höjde nyhetsvärdet. Han kom fram till att chansen att en nyhet hamnar på förstasidan ökar om den behandlar 1) ett traditionellt sakområde med 2) kort geografiskt eller kulturellt avstånd till 3) faktiska händelser, som dels är 4) sensationella eller överraskande, dels handlar om 5) elitpersoner, 6) samt är enkla, 7) men viktiga eller relevanta, 8) utspelas under kort tid eller som del av ett tema, 9) har negativa inslag 10) och härstammar från professionella källor.<sup>65</sup>

Trots de många teorierna om faktorerna som ger nyheter sitt värde är det fortfarande ett antal av dessa som är svårtolkade. Nära i tid och rum är lätt att förstå, men begrepp som "överraskande", "viktig" och "negativ" har alla gemensamt att de varierar från person till person, land till land, kultur till kultur. Bengt Johansson föreslog därför helt enkelt variation och balans mellan olika typer av nyheter för att hålla publikens intresse vid liv. Därmed menade han i motsats till Hvitfelt att en nyhet inte nödvändigtvis ökar i värde i och med ett negativt innehåll, utan att även humoristiska och positiva nyheter är eftertraktade av publiken.<sup>66</sup> Även Tony Harcup och Deidre O'Neill var inne på samma spår i sin något senare teori. De hävdade som flera av de andra forskarna att en högt värderad nyhet ska innefatta bland annat maktelit, något oväntat, något negativt, samt beröra många människor, men även att kändisar, underhållning och positiva inslag har högt nyhetsvärde.<sup>67</sup> Detta är ett tecken på att gränserna mellan nyhetsrapportering och underhållning har blivit allt suddigare, vilket ytterligare försvårar definitionen av nyhetsbegreppet.<sup>68</sup>

## 4.2 Globalisering

Globalisering rör sig om mer än bara faktiska förändringar i samhället och ekonomin. Den har även tagit sig i uttryck i subjektiva fenomen, som en förändring av begreppet lokalt och ett beroende av och kontakt med världen utanför den egna bubblan.<sup>69</sup> I och med globaliseringen rör vi oss i större utsträckning och möter därmed individer från världens alla hörn, men även inom hemlandets gränser möts olika kulturer. Detta gör att kulturidentiteter över lag får en internationell eller multinationell karaktär.<sup>70</sup> Flew beskrev på samma sätt globaliseringen i form av bland annat mänsklig global mobilitet och multikulturella samhällen. Vidare betonade han de internationella kommunikationsflödena som gjort ny media till en viktig del i debatter om globaliseringens genomslag.<sup>71</sup>

Hjarvard förklarade den moderna globaliseringen som en ökad omfattning av globala nätverk, styrkan i kontakten inom dessa samt dess globala inflytande på samhället, och slutligen

---

<sup>63</sup> Johansson, 2004:232-233

<sup>64</sup> Prakke 1969 i Johansson, 2004:224

<sup>65</sup> Hvitfelt, 1985:148

<sup>66</sup> Johansson, 2004:227

<sup>67</sup> Johansson, 2004:226

<sup>68</sup> Stúr, 2004:60

<sup>69</sup> Hjarvard, 2003:25-26

<sup>70</sup> Stúr, 2004:65

<sup>71</sup> Flew, 2008:26

hastigheten av det globala flödet.<sup>72</sup> Globaliseringen är inget nytt fenomen, inte heller när det gäller media, nyheter och kommunikationskanaler, vilka alla tillhör Hjarvards definition av den moderna globaliseringen.<sup>73</sup> Redan under mitten av 1800-talet fick det internationella informations- och kommunikationsflödet en omfattande och strukturerad form genom användningen av internationella nyhetsbyråer och framväxten av kommunikationsnätverk.<sup>74</sup> Däremot var det först under 1900-talet som global information och kommunikation faktiskt blev vanligt i det sociala umgänget.<sup>75</sup> Förutom det internationella kommunikationsflödet menade Flew att även de (förhållandevis) nya medierna är mer utbredda och rymmer mer information än tidigare, "*Google can be both global and hyper-local*", hävdade han.<sup>76</sup> Men vad är då lokalt?

#### 4.2.1 Lokalt + Globalt = Glokalt

I en studie som innefattar synen på lokala nyheter är det relevant att diskutera begreppet lokalt, vilket kan definieras på flera sätt. Det mest traditionella sättet att använda begreppet har varit när det handlat om det geografiskt lokala, men i och med globaliseringen finns uppfattningen att definitionen vidgats till att omfatta internationella områden av lokalt intresse.

Till att börja med är det geografiskt, eller fysiskt, lokala inte så okomplicerat som man först kan tro. Gren och Hallin poängterade inom kulturgeografin att om man till exempel ser det fysiskt lokala som ett "fysiskt rum" där vi befinner oss, blir nästa fråga vad man klassificerar som "rum".<sup>77</sup> Författarna menade att ett exempel att definiera "rum" kan vara att utgå från jordytan indelad i mindre enheter som städer, landskap, regioner eller länder.<sup>78</sup> Detta innebär att både exempelvis Göteborg och Västra Götaland kan ses som ett "rum", och att det fysiskt lokala för två individer bosatta i samma område därmed kan skilja sig åt.<sup>79</sup> Bedömningen av var en individ känner sig hemma påverkas förutom var denne bor även av andra faktorer så som ålder och utbildning.<sup>80</sup> Thompson menade att uppfattningen av tillhörighet stammar från känslan att dela en historia och en plats.<sup>81</sup> Vissa fysiskt lokala områden kan dock ses endast som en plats där man bor, utan att man för den delen delar en gemensam identitet med övriga medborgare.<sup>82</sup> Detta kan vara en allt ökande situation i och med att människor i dagens samhälle är i större rörelse än tidigare, vilket bidragit till både en svagare platsanknytning och att uppfattningen av vad som är "hemma" inte längre behöver vara kopplad till *en* specifik plats.<sup>83</sup>

Vidare förklarade Gren och Hallin att vad som bedöms som "rum" kan bero på både en idealistisk och en relationell rumsuppfattning. Den idealistiska definitionen av rum baseras på människors idéer, åsikter, föreställningar och sociala normer, medan den relationella uppfattningen av rum är socialt uppbyggd och styrs av människors sociala relationer.<sup>84</sup> De poängterade även att man kan känna rumslik närhet ur ett relativt perspektiv, trots att det absoluta avståndet är långt, till exempel med hjälp av internet eller andra kommunikationskanaler.<sup>85</sup> Även den globala spridningen av populärkultur genom både sociala och informella medier har skapat nya gemenskaper utan rumslik förankring.<sup>86</sup> Därmed präglas uppfattningen och tolkningen av information och nyheter allt mer av utomstående kulturer.

---

<sup>72</sup> Hjarvard, 2003:21

<sup>73</sup> ibid.

<sup>74</sup> Thompson, 2001:103

<sup>75</sup> Thompson, 2001:199

<sup>76</sup> Flew, 2008:155

<sup>77</sup> Gren & Hallin, 2003:86

<sup>78</sup> ibid.

<sup>79</sup> ibid.

<sup>80</sup> Weibull, 2012:54

<sup>81</sup> Thompson, 2001:49

<sup>82</sup> McQuail, 1997:27

<sup>83</sup> Boije, 2013:31-32

<sup>84</sup> Gren & Hallin, 2003:86-87

<sup>85</sup> Gren & Hallin, 2003:104

<sup>86</sup> Jansson, 2011:197

Thompson menade dock att publiken automatiskt tolkar det globala mediebudet utifrån deras fysiska, alltså lokala, liv och att det är den dagliga vardagen som individen förhåller sig till.<sup>87,88</sup> Detta tyder på att individen fortfarande är knuten till det lokala trots att denne genom den nya teknologin blivit frikopplade från det "fysiska" rummet och de tidsliga gränserna.<sup>89,90</sup> Enligt Thompson finns därmed kopplingen mellan jaget och den lokala platsen kvar, då nyheterna alltid mottas av individerna på en specifik plats, samt att den praktiska betydelsen för den nya kunskapen alltid är beroende av individens egna resurser och intressen.<sup>91</sup> Sammanfattningsvis har nyhetsanvändning visat sig vara kopplad till anknytningen till en specifik plats<sup>92</sup>, men människan är inte längre begränsad av behovet att vara fysiskt närvarande där en händelse inträffar.<sup>93</sup> Därmed har även den känslomässigt lokala anknytningen betydelse för vilka nyheter man tar till sig.

Detta är en av anledningarna till att den mentala inställningen till vad som är lokalt har fått allt större betydelse. I och med globaliseringen, de upphävda nationsgränserna och möjligheten att snabbt kommunicera med människor över hela världen har man i dagens samhälle lättare att identifiera sig och känna samhörighet med andra kulturer och länder. "*The international becomes the next door neighbor*", uttryckte sig forskaren Sefton-Green.<sup>94</sup> Barry Wellman yttrade sig på liknande sätt med uttalandet "*It's not that the world is a global village, but [...] one's 'village' could span the globe.*".<sup>95</sup> Med andra ord menade Wellman att en människas eget "rum" kan innefatta områden över hela världen, detta beroende på individuella faktorer som intresse, upplevelser och erfarenheter. I och med möjligheten att ta del av nyheter från världens alla hörn smälter även begreppen lokalt och globalt när det gäller nyheter allt mer samman. Man talar om en så kallad "glokalisering", vilket innebär att det lokala blivit globaliserat samtidigt som det globala ibland tilldelas en lokal karaktär.<sup>96</sup> Till exempel kan en svensk soldat från Norrköping befinna sig i tumultet i Afghanistan, vilket gör att en global nyhet kan vara lokalt präglad och vice versa.<sup>97</sup> Hur kan detta ha präglat mediemarknaden?

#### 4.2.2 Nyheter i ett globaliserat samhälle

Förutom en förändring och utveckling av medier har globaliseringen även bidragit till ett nytt utseende i ägandeformen på mediemarknaden, vilken allt mindre tar hänsyn till nationsgränserna.<sup>98</sup> Stúr menade att vissa mediaföretag blivit världsledande men att det även uppstått mediekonglomerat som kontrollerar flertalet länders mediebransch.<sup>99</sup> Detta tillsammans med den mindre reglerade mediemarknaden har även påverkat mediernas utbud och innehåll, enligt Alström.<sup>100</sup> Samma programinnehåll och nyhetsförmedling idag både sprids och är gångbara för fler kulturer och länder. Valmöjligheterna, programmen och kanalerna har blivit fler och är åtkomliga för världens publik. Samma eller liknande historier läses därmed och tas del av över hela världen, vilket bidragit till att konkurrensen mellan medierna har ökat.<sup>101</sup>

Samtidigt har även globaliseringen bidragit till en ökad konkurrens mellan olika typer av nyheter på grund av att publiken idag, dygnet runt och i stort sett var som helst, kan ta del av

---

<sup>87</sup> Thompson, 2001:218-219

<sup>88</sup> Thompson, 2001:259

<sup>89</sup> Thompson, 2001:44

<sup>90</sup> McLuhan 1964 i Jansson, 2011:197

<sup>91</sup> Thompson, 2001:257

<sup>92</sup> Bergström, 2010:118

<sup>93</sup> Thompson, 2001:49

<sup>94</sup> Sefton-Green, 1998:7-9

<sup>95</sup> Wellman, 1999:333

<sup>96</sup> Thompson, 2001:203

<sup>97</sup> Carstorp, 2014

<sup>98</sup> Stúr, 2004:53

<sup>99</sup> ibid.

<sup>100</sup> Alström et al, 2001 i Stúr 2004:60

<sup>101</sup> ibid.

hela världens nyhetsutbud.<sup>102</sup> Både Hvitfelt och Nygren, Stúr och McQuail delade teorin om att detta lett till att nyheternas innehåll påverkats i en kommersiell riktning.<sup>103;104;105</sup> Med andra ord kan man säga att nyheterna i och med sin spridning och på grund av globaliseringen allt mer kommit att användas som ett vinstdrivande medel. Att locka till sig en så stor publik som möjligt har därmed blivit ett allt mer angeläget syfte och enligt Stúr kan detta ha lett till att gränsen mellan nyhet och underhållning blivit allt otydligare.<sup>106</sup> McQuail var inne på samma spår i sitt uttalande, att en nyhetshistoria kan anses vara värdefull både informationsmässigt och för att tillfredsställa nyfikenhet eller intresse. Detta avser dessutom en specifik historia oavsett var den geografiskt utspelar sig eller tas del av.<sup>107</sup>

Det har forskats mycket om vilka faktorer det är som formar utbudet och flödet av internationella nyheter. En teori anser att nyhetsmönstret kan ses som en reflektion av ekonomiska och politiska relationer mellan länder.<sup>108</sup> Dock har de internationella nyheterna expanderat i omfång från att främst ha innefattat politik, handel och krig till att idag innehålla mer av exempelvis sport, turism, mode och kändisskvaller.<sup>109</sup> En annan teori betonar det geografiska avståndet och den kulturella gemenskapen och McQuail hävdade att nyhetsflödet även är influerat av diverse affärer mellan länderna. Han menade att publiken behöver eller vill ta del av de nyheter som berör de delar av världen med vilka de har affärer eller ser som vänner, alternativt fiender.<sup>110</sup> Denna teori menar att det finns ett intresse att ta del av nyheter från de länder som kan komma att påverka en själv, vilka idag är fler i och med globaliseringen. Enligt Jenson handlar det då inte bara om påverkan på ett nationellt plan i form av sitt hemland, utan även på sig själv som person, eftersom även de personligt sociala och kulturella faktorerna spelar in.<sup>111</sup> Utvecklingen av nyhetsformatet i sig anses ha bidragit till att nya former av icke-lokal kunskap allt med kompletterar och ersätter den lokala kunskapen.<sup>112</sup>

### 4.3 Uses and gratificationsteorin

Uses and gratificationsteorin, UGT, uppkom i och med att medieutbudet under femtiotalet utvecklades mot det kommersiella hållet och mediemottagarna därmed blev sedda som konsumenter om vilka man krävde bättre kunskap. Man vände på frågeställningen "vad gör media för brukarna?" till "vad gör brukarna med media?" Forskningen gick därmed från att undersöka mediernas effekt på masshället, till individens behov och bruk av medierna.<sup>113</sup> "We must get away from the habit of thinking in terms of what the media do to people and substitute for it the idea of what the people do with the media", sa medieprofessorn James Halloran,<sup>114</sup> och UGT formades kring frågan varför människor använder media och vad de använder media till.<sup>115</sup> Denna studie fokuserar delvis på lokala nyheter och vikten av dessa. Genom att applicera denna teori på studiens resultat kan en eventuell koppling mellan målgruppens medieval och behov av nyheter utläsas. Detta kan i sin tur förklara dagens medieanvändning och därmed även spå dagspressens framtid, vilket är av intresse på grund av dess viktiga roll som lokal nyhetsförmedlare.

---

<sup>102</sup> Hvitfelt & Nygren, 2002:31

<sup>103</sup> ibid.

<sup>104</sup> Stúr, 2004:60

<sup>105</sup> McQuail, 2005:261

<sup>106</sup> Stúr, 2004:60

<sup>107</sup> McQuail, 2005:261

<sup>108</sup> McQuail, 2005:262-263

<sup>109</sup> ibid.

<sup>110</sup> ibid.

<sup>111</sup> Jenson 1998 i McQuail, 2005:258

<sup>112</sup> Thompson, 2001:262

<sup>113</sup> Drotner et al, 1996:81

<sup>114</sup> Halloran 1970 i Drotner et al, 1996:81

<sup>115</sup> McQuail, 1997:70

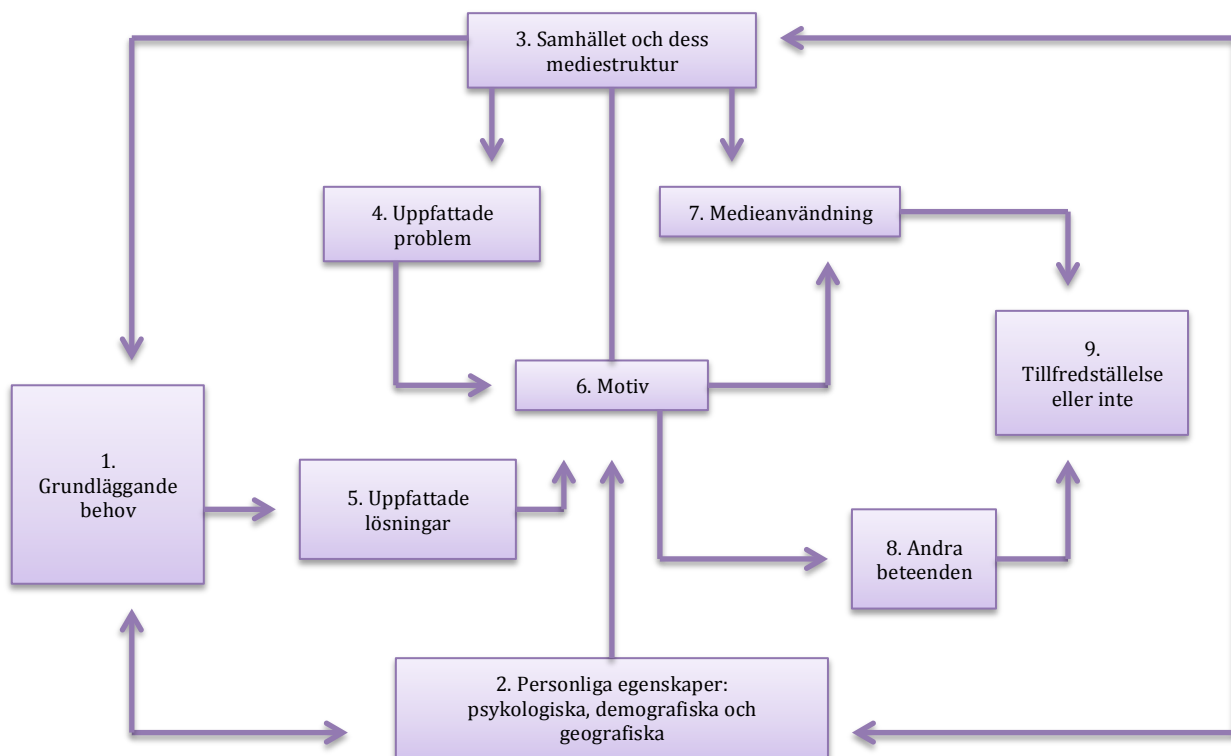


Teorin ser inte individer som passiva mediemottagare utan som medieanvändare och förutsätter att publiken är minst lika driftig i sin användning av medierna som sändarna är.<sup>116;117</sup> Teorin utgår från att publiken aktivt gör sitt medieval för att medvetet uppnå ett bestämt mål och tillfredsställa ett behov<sup>118</sup> och bygger därmed på att betydelsen av ett meddelande beror på hur publiken tolkar det och inte på vad sändaren vill förmedla.<sup>119</sup>

Blumler och Katz tog fram en modell som förklarar att UGT innefattar

- 1) sociala och psykologiska orsaker till
- 2) behov, vilket genererar i
- 3) förväntningar på
- 4) massmedia och andra källor, vilket leder till
- 5) olika mönster i medieexponering (eller andra aktiviteter), vilket resulterar i
- 6) tillfredsställda behov eller andra (ofta oavsiktliga)
- 7) konsekvenser av medieexponeringen.<sup>120</sup>

Modellen nedan av Karl Erik Rosengren visar utifrån teorin hur grundläggande individuella behov kan tillfredsställas. För att behoven ska leda till handling måste de uppfattas som ett problem, vilket även har en potentiell lösning. Både behoven och de ansedda problemen formas och påverkas av samhället och dess mediestruktur, samt individens personliga egenskaper inklusive både psykologiska drag och exempelvis utbildning, inkomst, kön, bostadsort och position i livet.<sup>121;122</sup> Samhället och de personliga egenskaperna influerar i sin tur en eventuell lösning till problemet, vilket leder till ett motiv att använda sig av exempelvis media för att tillfredsställa behovet.<sup>123</sup>



124

<sup>116</sup> McQuail, 1997:18

<sup>117</sup> Fiske, 1997:151

<sup>118</sup> Drotner et al, 1996:82

<sup>119</sup> Fiske, 1997:151

<sup>120</sup> Blumer & Katz, 1974 i McQuail & Windahl, 1993:134

<sup>121</sup> McQuail, 1997:67

<sup>122</sup> Rosengren, 1974 i McQuail & Windahl, 1993:135

<sup>123</sup> ibid.

<sup>124</sup> Rosengren, 1974 i McQuail & Windahl, 1993:135

UGT har fått kritik för att den enbart tar hänsyn till de behov som uppkommer via media. För forskarna var och är det näst intill omöjligt att bedöma vilka behov som eventuellt *inte* kan tillfredsställas med hjälp av medier och det är även svårt att i förhållande till medierna förklara hur nya behov uppstår.<sup>125</sup> McQuail med flera identifierade dock det de ansåg vara de fyra viktigaste behoven med möjlighet att tillfredsställa via medier:

- 1) Behovet av avkoppling – tillfredsställs bland annat genom underhållning, dels för att få känslomässig eller intellektuell belöning, dels för att för stunden fly från vardagen och problemen.
- 2) Behovet av relationer – tillfredsställs genom sällskapet från mediet (t ex ha radion på) och genom att mediet förser människor med gemensamma samtalsämnen att diskutera i sociala sammanhang.
- 3) Behovet av personlig identitet – tillfredsställs genom att låta mediets innehåll vara något att förhålla sig till och jämföra sitt eget liv med, vilket bidrar till identitetsstärkande och tillhörighetskänsla.
- 4) Behovet av information – tillfredsställs genom att mediet förser publiken med upplysningar för att förstå och få kunskap om omgivningen och omvärlden.<sup>126;127</sup>

När det gäller individens faktiska val av medium och dess innehåll är enligt McQuail det dagliga utbudet av innehåll och dess utformning, de aktuella omständigheterna, samt den sociala kontexten i form av påverkan av familj och vänner tre variabler som kan påverka detta.<sup>128</sup>

#### 4.3.1 Uses and gratificationsteorin idag

I och med den rådande globaliseringen och ett förändrat mediasamhälle har nya behov och medier uppkommit, vilket som följande avsnitt belyser kan ha en påverkan på UGTs trovärdighet. Detta kan även bidra till en förklaring av studiens problemområde som berör mottagandet och intresset av lokala nyheter. Enligt McQuail går det inte att applicera samma UGT-modell för alla sorters innehåll och användarområden i massmedier.<sup>129</sup> Till exempel kan inte teorin förklara dagens användning av internet speciellt bra – enligt forskning har endast 10 procent av internets användningsområde kunnat förklaras med tillfredsställande av behov.<sup>130</sup> Eastin och LaRose nämnde dock bland annat social interaktion (via Facebook, chatt, Skype, etc.), ekonomihantering, problemlösning, karriär och status som moderna behov med möjlighet att tillfredsställa online.<sup>131</sup>

I dagens samhälle med fler utvecklade mediekanaler och en ny form av medieanvändning har begreppet "behov" inom UGT i vissa sammanhang bytts ut till "expected outcomes" (förväntade resultat) och "wished-for outcomes" (önskade resultat).<sup>132</sup> Med dessa uttryck menas att användningen av ett medium handlar om behovet att uppnå ett förväntat eller önskat resultat snarare än att tillgodose ett specifikt behov. Ett önskat resultat kan exempelvis innebära att en användare *hoppas* ha fått ett meddelande och därför loggar in på Facebook.<sup>133</sup> Användningen på internet är på så sätt till viss del beroende av de förväntade resultaten, vilka i sin tur påverkas av styrkan i internetvanan.<sup>134</sup> Ju mer tid man spenderar på internet, desto effektivare blir användningen. Därmed ökar förväntningarna på vad man kan hitta på internet, vilket resulterar i en ökad användning.<sup>135</sup>

---

<sup>125</sup> Drotner et al, 1996:83

<sup>126</sup> McQuail, Blumler & Brown 1972 i Fiske, 1997:152-154

<sup>127</sup> Strömbäck, 2009:73

<sup>128</sup> McQuail, 1997:68

<sup>129</sup> McQuail 1984 i McQuail & Windahl, 1993:138

<sup>130</sup> Eastin & LaRose, 2004:359

<sup>131</sup> ibid.

<sup>132</sup> Eastin & LaRose, 2004:361&365

<sup>133</sup> Eastin & LaRose, 2004:361

<sup>134</sup> Eastin & LaRose, 2004:365

<sup>135</sup> Eastin & LaRose, 2004:362

LaRose och Diddi menade att UGT i stor utsträckning brister i dagens mediasamhälle. *"When confronted by a myriad of media choices, the consumer lapses into habitual patterns of media consumption in order to conserve mental resources, rather than repeatedly engaging in active selection"*.<sup>136</sup> LaRose hävdade att en individ inte fattar dagliga beslut när denne en gång valt att exempelvis läsa en specifik nättidning eller prenumerera på en dagstidning, utan att det idag snarare beror på vanor och ibland otillräcklig självkontroll.<sup>137</sup> Det kan till exempel visa sig i form av att man utan att tänka klickar in på [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se), bara för att det är rutin och utan att ha ett mål. Vanan eller rutinen följs sedan till dess att ett mönster bryts, till exempel i form av att man flyttar hemifrån eller ihop med någon.<sup>138</sup> Även McQuail har berört vanor och rutiner när det kommer till medieval, hur man får medieerfarenhet och därmed skapar förväntningar för att ett specifikt medium ska uppfylla ett särskilt användarområde.<sup>139</sup> Däremot är hans slutgiltiga uppfattning att trots att individer vanligtvis har ett stabilt mönster och preferenser i användningen och valen av medier, är varje dags medieanvändning unik och influerad av varierande och oförutsägbara omständigheter.<sup>140</sup>

---

<sup>136</sup> Diddi & LaRose, 2006:194-195

<sup>137</sup> Eastin & LaRose, 2004:362

<sup>138</sup> Diddi & LaRose, 2006:195

<sup>139</sup> McQuail, 1997:68

<sup>140</sup> McQuail, 1997:67

## 5. Metod

---

Detta kapitel redogör valet av metod vid genomförandet av denna studie. Det kvalitativa metodvalet redovisas och motiveras tillsammans med urvalet och tillvägagångssättet. Även analysmetoden för insamlad empiri framförs innan studiens metod slutligen diskuteras.

### 5.1 Kvalitativ metod – fokusgrupper

Då frågeställningarna i denna studie berör åsikter, attityder och uppfattningar, samt syftar till att få en djupare inblick i tankar och funderingar hos målgruppen krävs en kvalitativ metod i förhållande till en kvantitativ.<sup>141</sup> För att samla in empiri till studien föll därmed valet på att använda och genomföra fokusgruppintervjuer, då detta troligtvis skulle ge ett mer intressant material än vid individuella samtal. Detta på grund av att frågorna och konversationerna i högre grad blir styrda vid enskilda intervjuer eftersom diskussioner mellan en enskild intervjuperson och intervjuare inte kan skapas i samma utsträckning som mellan ett flertal fokusgrupprespondenter.<sup>142</sup> Med ett okänsligt ämne såsom nyheter minimeras även risken att svaren från de samlade intervjupersonerna begränsas. Å andra sidan är det svårt att avgöra hur öppna eller hämmade personerna är i sina svar, men detta är inte ett problem som hade försvunnit med individuella intervjuer.<sup>143</sup> Strukturerade fokusgruppintervjuer utgår från ett flertal utvalda frågor som ställs efter olika teman. På så vis är chanserna större att respondenterna håller sig till det givna ämnet och inte svävar iväg allt för långt.<sup>144</sup>

Avsikten vid studiens gruppintervjuer är dock att hålla så öppna samtal som möjligt, då levande diskussioner i förhållande till styrda skapar fler impulser och reflektioner från respondenterna. På så vis belyses olika teman bredare än vad de skulle gjort i en enskild intervju och det är även oftast mindre avskräckande att diskutera i grupp än att bli intervjuad individuellt.<sup>145;146</sup> Att använda fokusgrupper gör även att den utsatta tiden blir nyttjad maximalt genom att samtala med fler respondenter vid samma tillfälle.<sup>147</sup>

### 5.2 Urval

När man arbetar med fokusgrupper är ett teoretiskt motiverat urval att föredra, snarare än ett slumpmässigt, därför utgår valet av respondenter från studiens syfte och uppsatta mål. Det är viktigt att deltagarna har kunskap och erfarenhet inom det aktuella forskningsområdet, men att deras attityder, erfarenheter och uppfattningar skiljer sig åt.<sup>148</sup> Det är även av vikt att medlemmarna i fokusgruppen har något gemensamt. I denna studie är den gemensamma nämnaren utbildningsområde och skola, medan respondenternas personliga egenskaper skiljer sig åt i och med varierande bostads- och hemort. Detta urval görs för att kunna skapa en för studien meningsfull diskussion. Då studien är skriven vid Göteborgs universitet utgår den logiskt nog från detta område vid valet av geografisk avgränsning. I en tidigare undersökning av den lokala journalistiken i Göteborgs-Posten framgick att intresset var större för kommunala frågor i förorterna än i centrala Göteborg, eventuellt på grund av en skillnad i livsstil.<sup>149</sup> I denna studie läggs fokus därför på mindre städer och kommuner i nära anknytning till storstaden Göteborg. Detta för att undersöka uppfattningen av lokala nyheter i småstäder, samt för att se hur relationen till lokala nyheter ser ut i närheten till en storstad.

---

<sup>141</sup> Wibeck, 2010:10

<sup>142</sup> Esaisson et al, 2012:319-320

<sup>143</sup> Tursonovik, 2002:73

<sup>144</sup> Bibik et al, 2003:14

<sup>145</sup> ibid.

<sup>146</sup> Esaisson et al, 2012:319-320

<sup>147</sup> ibid.

<sup>148</sup> Tursonovik, 2002:67

<sup>149</sup> Nygren, 2004:310

Valet av åldersgrupp i denna undersökning har gjorts med studiens uppdragsgivare som utgångspunkt i och med deras önskan att undersöka unga vuxna. Begreppet unga vuxna definieras i studien till åldersspannet 20-25 år. Denna avgränsning görs då studien inte ämnar undersöka tonåringar – dels för att det redan är en välbekant målgrupp när det kommer till nyheter och medieanvändning, men även för att personer under 20 år ofta fortfarande bor hemma och därmed i större utsträckning kan påverkas av övriga familjemedlemmars medievänor och värderingar. I många offentliga sammanhang övergår man till att vara "fullt vuxen" vid 25 års ålder och man definieras inte längre som "ung". Efter denna ålder övergår man ofta till en annan livsstil och levnadsstandard i form av familje- och arbetsliv efter eventuella studier eller liknande. Detta kan i sin tur ha påverkan på vanor och beteenden.<sup>150</sup> På grund av detta sätts denna undersöknings högsta ålder till just 25 år. I och med tidsramen för studien finns det inte heller tid att genomföra alltför många intervjuer och få en spridning av åldrar i ett bredare åldersspann.

En liknande utbildningsnivå hos medlemmarna i en fokusgrupp är av betydelse för att bidra till ett bra gruppklimat.<sup>151</sup> Inom det nämnda åldersspannet ökar andelen som sysselsätter sig med högskolestudier,<sup>152</sup> vilket gör att det svenska samhället med dess invånare blir allt mer välutbildat. Detta påverkar vidare medie- och nyhetsanvändning, då det beroende på utbildningsnivå finns en skillnad i vad som intresserar en individ nyhetsmässigt och hur man ser på nyhetskällor.<sup>153</sup> I och med detta avgränsas studien till högskolestudenter, men också på grund av att denna grupp människor rent praktiskt är lättare att kontakta och samordna till skillnad från människor på arbetsplatser. Städerna och skolorna som vals ut för de tre fokusgruppintervjuerna är Campus Varberg, Högskolan Väst i Trollhättan, samt Högskolan i Borås. För att få ett representativt urval söks i så stor utsträckning som det är möjligt en jämn fördelning mellan kön, samt en spridning av etnisk bakgrund.

### 5.2.1 Fokusgrupprespondenter

Urvalet mynnade ut i följande fokusgrupprespondenter, vilka alla frivilligt deltog i undersökningen. De har dock blivit tilldelade alias för att bibehålla utlovad anonymitet.

#### Högskolan Väst - studerar personalekonomi

"Jonatan" är 20 år, kommer ursprungligen från Lysekil men bor och studerar sedan ett år tillbaka i Trollhättan.

"Adam" är 24 år, bor sedan ett halvår tillbaka i Göteborg, men kommer ursprungligen från Vara och studerar i Trollhättan.

"Isabelle" är 20 år, uppvuxen och bosatt i Vänersborg men studerar i Trollhättan.

"Sofia" är 22 år och är både uppvuxen och bosatt, samt studerar i Trollhättan.

#### Högskolan i Borås - studerar till textilingenjör

"Matilda" är 25 år, uppvuxen i Ulricehamn, men bor och studerar nu i Borås sedan ett år tillbaka.

"Elin" är 23 år, född och uppvuxen i Stockholm, men bor och studerar även hon i Borås sedan ett år tillbaka.

"Anna" är 24 år, kommer ursprungligen från Sandviken, men bor och studerar i Borås sedan ett år tillbaka.

---

<sup>150</sup> Dagens Nyheter, 2011

<sup>151</sup> Tursonovic, 2002:67

<sup>152</sup> Sveriges Radio, 2012

<sup>153</sup> Bergström, 2010:117

## Campus Varberg - studerar event management

“Lisa” är 24 år, uppvuxen och bosatt i Mölndal men studerar i Varberg sedan tre år tillbaka.

“Agnes” är 23 år, född och uppvuxen i Säffle men bor och studerar nu i Varberg sedan tre år tillbaka.

“Katja” är 23 år, född och uppvuxen i Borgholm på Öland men bor och studerar sedan tre år tillbaka i Varberg.

“Ronja” är 24 år, kommer ursprungligen från Karlstad men bor och studerar i Varberg sedan tre år tillbaka.

### **5.3 Tillvägagångssätt och genomförande**

Ett försök att nå ut till skolorna och rekrytera studenter gjordes genom att annonsera och affischera både på privata internetbaserade klassidor, på skolornas Facebooksidor, samt på skolorna. Även studentrepresentanter kontaktades via mail för att få hjälp att nå ut till studenterna vid de aktuella högskolorna. Dessa metoder hade mindre framgång, att använda sig av snöbollsmetoden visade sig fungera bättre. Metoden innebar i denna studie att bekanta med anknytning till Borås, Trollhättan och Varberg kontaktades, för att i sin tur tipsa om potentiella respondenter vid de tre högskolorna.<sup>154</sup> Även med denna metod fanns det svårigheter att få ihop medlemmar till fokusgrupperna, vilket resulterade i att det i ett fall av tre saknades en medlem i förhållande till vad som efterfrågades, samt att den önskade spridningen av kön och etnicitet inte fanns. Undersökningen genomfördes med tre fokusgrupper, bestämt utifrån studiens tidsbegränsning samt Wibecks uppfattning av att det krävs minst tre gruppintervjuer för att uppnå empirisk mättnad.<sup>155</sup> Enligt både Wibeck och Esaiasson m.fl. är en god tumregel att en fokusgrupp ska bestå av fyra till sex deltagare. Detta för att hålla igång ett levande samtal samtidigt som risken att någon blir tystlåten eller tar över konversationen minimeras, vilket ofta sker om en grupp är för stor.<sup>156;157</sup> I denna studie bestod två av fokusgrupperna således av fyra medlemmar medan den tredje innefattade endast tre på grund av svårigheter att rekrytera deltagare.

Intervjuerna genomfördes under två veckors tid vid de tre högskolorna, där denna studies två författare/moderatorerna båda närvarade. Att genomföra intervjuerna i respondenternas naturliga miljö, eller på en plats där de känner sig hemma och bekväma, är av vikt för att få ett avslappnat och bekvämt samtal.<sup>158</sup> Vidare genomfördes gruppintervjuerna utifrån de frågor som sedan tidigare förberetts. Intervjuguiden baserades på studiens frågeställningar, teoriramar samt tidigare forskning. Efter genomförandet av den första fokusgruppintervjun uppstod diskussioner som ledde till att ytterligare frågor inkluderades i kommande intervjuer. Frågorna var kategoriserade i olika teman i form av nyhetsdefinition, lokala nyheter, internationella nyheter, samt medieval. Intervjuerna påbörjades med en introduktion av studien innan deltagarna värmdes upp med öppningsfrågor som berörde dem själva i form av hemort, bostadsort och ålder. Vidare följde kärnfrågorna utifrån studiens syfte, frågeställningar och teoriram, innan intervjuerna slutfördes med avslutande kommentarer och egna tillägg från deltagarna. Detta är ett vanligt och rekommenderat upplägg vid genomförande av fokusgruppintervjuer.<sup>159</sup>

---

<sup>154</sup> Tursonovic, 2002:65

<sup>155</sup> Wibeck, 2010:48

<sup>156</sup> Wibeck, 2010:50

<sup>157</sup> Esaiasson et al, 2012:322

<sup>158</sup> Esaiasson et al, 2012:323

<sup>159</sup> Esaiasson et al, 2012:325

Det är även viktigt att tänka på gruppens dynamik och så gott det går kontrollera fördelningen av samtalen mellan gruppmedlemmarna.<sup>160</sup> Under intervjuerna fick medlemmarna därför turas om att påbörja diskussionen av frågorna och på så sätt fick alla chansen att komma till tals. Intervjuerna tog mellan 30 och 40 minuter och genomfördes under april månad 2014. Frågorna var semistrukturerade med relativt fasta frågor men med utrymme för öppna diskussioner och följdfrågor.

### 5.3.1 Tillvägagångssätt vid analys av material

Under fokusgruppintervjuerna spelades samtalen in och den personliga informationen om respondenterna dokumenterades skriftligt. Kort efter intervjuernas slut transkriberades de, och de fyra olika teman bestående av nyhetsdefinition, lokala nyheter, internationella nyheter, samt medieval användes för att kategorisera materialet. Detta gav en bra överblick av erfarenheter och synpunkter för att vidare kunna sammanfatta varje tema och intervju innan de tre samtalen med respektive sammanfattningar slogs samman. På detta sätt var det möjligt att först se på eventuella liknelser och skillnader mellan respondenterna och de tre intervjuerna innan helheten framställdes. Vidare dokumenterades moderatorernas egna tankar och slutsatser av intervjuerna innan empirin analyserades utifrån den givna teoriramen och de uppsatta frågeställningarna. Allt eftersom analysen av resultatet fortskred användes transkriberingarna för att hitta relevanta citat för att beskriva och exemplifiera.

## 5.4 Metoddiskussion

De tre fokusgruppintervjuerna genomfördes alla utan problem. Atmosfären var avslappnad utan stress och både respondenter och moderatörer kände sig bekväma i situationen. Den fysiska omgivningen i form av mindre grupp rum bidrog till att gruppen kändes tät med bra kontakt mellan medlemmarna. Ofta bidrar mindre rum till en mer intensiv interaktion.<sup>161</sup> Samtidigt verkade intervjuerna tas seriöst, vilket kanske inte varit fallet om de ägt rum på ett café eller liknande där en livfull atmosfär sannolikt kunnat påverka respondenternas uppmärksamhet och koncentration.

I och med att deltagarna inom varje fokusgrupp studerade inom samma område och på samma skola kände de till viss del varandra, hur väl är oklart. En nackdel med att använda sig av fokusgrupper där deltagarna redan tidigare känner varandra, uppges vara att det redan finns en rollindelning där varje medlem har sin plats i den större gruppen.<sup>162</sup> Detta kan i sin tur leda till att någon är given att ta mer plats än en annan, att det finns förväntningar på hur de olika medlemmarna ska bete sig, vad de ska säga och att de påverkas och anpassar sig efter varandra.<sup>163</sup> Samtidigt kan fördelarna med att respondenterna sedan tidigare känner varandra vara att de blyga vågar framföra sina tankar och att medlemmarna i högre grad törs uttrycka en olik åsikt eftersom de känner sig trygga och säkra bland sina vänner.<sup>164</sup> Detta var intrycket som ingavs i de tre fokusgruppintervjuerna. Det märktes tydligt att de vågade säga emot sina vänner och framföra sin egen åsikt, vilket var positivt. Samtidigt var det vissa situationer där någon av medlemmarna sa något och direkt fick medhåll från de övriga deltagarna, något som kanske inte hänt om deltagarna inte känt varandra.

Gruppmedlemmarna var alla studenter från samma klass, i samma ungefärliga ålder och studerade i samma stad, vilket gjorde att de i många fall hade gemensamma åsikter. Däremot skilde sig de geografiska förhållandena till viss del i och med att en del kom från en ort, bodde i en annan och studerade i en tredje, medan andra både var födda, uppvuxna och fortfarande bodde i samma stad. Detta bidrog till att de i vissa frågor, speciellt när det gällde definitionen av

---

<sup>160</sup> Esaiasson et al, 2012:324

<sup>161</sup> Wibeck, 2010:31

<sup>162</sup> Esaiasson et al. 2012:323

<sup>163</sup> ibid.

<sup>164</sup> Tursonovic, 2002:67

lokalt och intresse för lokala nyheter, hade splittrade uppfattningar och till viss del olika mycket att tillägga i diskussionen. Det framgick att de som tog för sig mest under gruppintervjuerna var de som hade ett större intresse för nyheter och för samhällsdebatten. Detta problem löstes som tidigare nämnts genom att aktivt rikta vissa av frågorna till de som inte på samma sätt brann för ämnet, men vars åsikter fortfarande var av minst lika stor vikt. Samtalstiden blev därför i slutänden relativt jämnt fördelad mellan deltagarna.

Trots att en av de tre fokusgrupperna saknade en medlem och därmed bestod av tre istället för de efterfrågade fyra eller fem deltagarna, hade detta inte någon märkbar negativ påverkan på samtalet. Tvärtom bidrog det till ett samtal där samtliga deltagare kunde tala obehindrat, utan att behöva "vänta" på sin tur. Även om vissa av åsikterna skilde sig både inom och mellan fokusgrupperna liknande helheten av intervjuerna varandra, och valet att utföra tre intervjuer visade sig därmed räcka för att uppnå empirisk mättnad.

#### 5.4.1 Studiens giltighet och tillförlitlighet

Kommande avsnitt belyser diverse aspekter som kan påverka studiens tillförlitlighet och resultat. Detta för att visa på studiens validitet och reliabilitet. I och med studiens slutliga val av snöbollsmetoden för att rekrytera fokusgrupprespondenter blev både könsfördelningen och den etniska bakgrunden lämnade åt slumpen. Endast två av de elva respondenterna utgjordes av män och samtliga elva var av svensk härkomst. Då tidigare forskning visat att nyhetsintresset delvis skiljer sig åt mellan könen kan den ojämna könsfördelningen ha en påverkan på studiens resultat.<sup>165</sup> Forskare har exempelvis sett tendenser till att män har ett större intresse för globala nyheter, medan kvinnor främst föredrar lokala.<sup>166</sup> I denna studie finns i och med den ojämna könsfördelningen inte möjligheten att utläsa eventuella likheter och skillnader av åsikter mellan könen. Enligt Hylander är det dock inte nödvändigt med ett representativt urval vid användning av fokusgrupper, då det de flesta gånger inte görs några generaliseringar av resultatet.<sup>167</sup>

Även bortfallet av respondenter med annan etnisk bakgrund än svensk kan ha en påverkan på resultatet av denna studie. I och med detta bortfall är det orimligt att utifrån undersökningens resultat uttala sig generellt om hur 20- till 25-åringar i Sverige ser på nyheter och nyhetsanvändning. Studien undersöker bland annat begreppet lokalt och omfattar den geografiska, kulturella och känslomässiga uppfattningen av detta. Det är möjligt att tolkningarna av dessa begrepp, samt intresset och behovet av olika nyheter, kan variera beroende på vilken härkomst individen som tillfrågas har. Detta är dock endast en tanke som inte har underlag i denna studie och som således kan vara korrekt såväl som inkorrekt.

Inom fokusgrupperna fanns en spridning bland respondenterna gällande var de var födda, uppvuxna och i nuläget bodde, även om de alla studerade vid samma högskolor. Det fanns även en variation i hur länge de bott vid respektive ort, var de tidigare bott och hur mycket de rest. Alla dessa faktorer är måhända av betydelse för respondenternas uppfattningar och intressen som undersöks i denna studie. Således kan även detta ha en påverkan på det slutliga resultatet precis som det faktum att respondenterna alla var högutbildade studenter. Detta på grund av att nyhetsintresse och uppfattningar över lag skiljer sig åt mellan högutbildade och lågutbildade.<sup>168</sup> Om o- eller lågutbildade respondenter i samma åldersspann istället undersökts är det tänkbart att resultatet påverkats. Det är också rimligt att tro att värderingar, intressen och uppfattningar skiljer sig åt mellan respondenter med olika utbildningsinriktning, och att detta således även kan ha en inverkan på resultatet av studien. För att uppnå en vis bredd av empirin sågs det därmed till att utbildningsområde skilde sig åt mellan fokusgrupperna. Med tanke på studiens ämne inom medie- och kommunikationsvetenskap gjordes även ett aktivt val att

---

<sup>165</sup> Bergström, 2010:117

<sup>166</sup> *ibid.*

<sup>167</sup> Hylander 1998 i Tursonovic, 2010:66

<sup>168</sup> Andersson & Weibull, 2012:433-435



undvika respondenter som studerade inom detta område. Detta för att uppfånga så neutrala och oskolade åsikter och värderingar som möjligt.

I och med studiens och urvalets omfattning är inte undersökningens resultat statistiskt generaliserbart eller grundande till generella uttalanden om målgruppen. Det finns en medvetenhet att man med studiens resultat inte kan dra slutsatser om målgruppen 20- till 25-åringar då urvalet och dess respondenter endast bestod av studenter i detta åldersspann, dessutom samtliga med svensk kulturell bakgrund. Undersökningen kan inte visa på eventuella skillnader eller likheter i åsikter varken mellan personer av olik etnisk bakgrund, kön, eller utbildnings-/arbetsstatus. Detta är helt enkelt på grund av att det inte fanns en spridning bland respondenternas egenskaper, även om just det valet att endast inkludera högskolestudenter var medvetet. Även om studien inte är generaliserbar kartlägger den däremot ett antal av målgruppens många uppfattningar, förhållningssätt och tolkningar angående nyheter, vilket ökar förståelsen för dessa och således tillför empirisk välgrundad kunskap till forskningen.<sup>169;170</sup>

Validiteten av en studie innebär vidare att det som avsetts undersökas faktiskt är det som i slutändan undersökts.<sup>171</sup> Genom att noggrant välja ut frågeställningar och metod som tillsammans möjliggjorde att uppfylla studiens syfte styrktes således undersökningens validitet. Även intervjuguiden till fokusgruppintervjuerna sågs ordentligt över för att försäkra att de uppställda frågorna föll under studiens syfte och kunde resultera i svar som besvarade frågeställningarna. Slutligen valdes de teoretiska ramarna noga utifrån frågeställningarna för att senare kunna analysera empirin utifrån studiens syfte. Nyhetsvärdering valdes ut för att kunna se hur lokala och internationella nyheter står sig mot varandra och varför, globaliseringen för att undersöka hur detta fenomen kan ha påverkat nyhetsvärderingen, uppfattningarna och intresset för det lokala och omvärlden, och slutligen uses and gratificationsteorin för att undersöka vilka val av mediekanal som görs av målgruppen och varför. Samspelet mellan studiens olika delar ökade studiens validitet och lade grunden till att det som ämnades undersökas även blev det som slutligen undersöktes.

Vidare styrktes studiens reliabilitet genom att samtliga fokusgruppintervjuer genomfördes med två moderatorer, vilka båda spelade in samtalen samt lyssnade igenom och transkriberade intervjuerna var och en för sig. Detta minskade risken att missuppfatta eller tappa relevant data. Ytterligare användes under de tre intervjuerna samma intervjuguide för att få ett så tillförlitligt resultat som möjligt.

---

<sup>169</sup> Esaiasson et al, 2012:167

<sup>170</sup> Esaiasson et al, 2012:320

<sup>171</sup> Esaiasson et al, 2007:57

## 6. Resultat och analys

---

Följande kapitel redovisar resultatet av fokusgruppintervjuerna, vilket analyseras utifrån det teoretiska ramverket. Resultatet och analysen presenteras i fem områden, vilka berör nyhetsbegreppet, lokala nyheter, internationella nyheter, internationella vs. lokala nyheter, samt medievalet. Dessa områden har urskilts utifrån ramen av studiens syfte och frågeställningar. Slutligen presenteras en sammanfattning av resultatet och upplägget ämnar således att kategoriskt besvara studiens tre frågeställningar: unga vuxnas uppfattning om lokala nyheter, internationella nyheter, samt val av kanaler.

### 6.1 Om nyhetsbegreppet

I fokusgrupperna diskuterades till en början nyhetsbegreppet och den gemensamma definitionen grundade sig i att en nyhet är något man inte tidigare vetat om, något nytt som inträffat eller ägt rum, eller en uppdatering som man nu fått kunskap om. Detta stämmer väl överens med Nationalencyklopedins klassiska definition av nyhetsbegreppet – att något betydelsefullt som tidigare varit okänt offentliggjorts.<sup>172</sup> Vad som är betydelsefullt och okänt skiljer sig dock mellan olika individer, vilket respondenterna reflekterade över. De höll alla med om att en nyhet för en själv inte alltid behöver vara en nyhet för andra, eftersom man besitter olika kunskaper och har olika intressen. Detta bekräftades när en djupare definition av nyhetsbegreppet diskuterades och skilde fokusgruppdeltagarnas åsikter åt i två olika riktningar:

*“Jag tror väl att nästan allt är nyheter, det är väl lite personligt vad man är intresserad av, vad som berör”*  
– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

*“En nyhet är något som berör flera personer, som fler har intresse av att veta”*  
– Isabelle, uppvuxen och bosatt i Vänersborg

Med andra ord ansåg den ena sidan att en nyhet ska beröra en själv, antingen indirekt eller direkt, medan den andra ansåg att en nyhet är något som berör och intresserar en större grupp människor och som är av relevans för något större. Den gemensamma nämnaren mellan åsikterna var dock att en nyhet måste väcka känslor och beröra publiken, något som stämmer överens med ett av Walter Lippmans två krav på en nyhet.<sup>173</sup>

Snävheten i definitionen av nyhetsbegreppet skilde sig i och med detta mellan respondenterna. Exempelvis ansåg någon att inköpet av en ny tröja kunde vara en nyhet för en själv och medlemmarna i en av de tre fokusgrupperna var överens om att nöjesnyheter inte platsade inom nyhetsbegreppet. Precis som Fichtelius påpekat framgick det under fokusgruppintervjuerna att det inte finns *en* definition av vad som klassas som en nyhet, utan att begreppet utgår från publikens förhållanden och intressen.<sup>174</sup> Fichtelius nämnde dock att begreppet ofta felaktigt analyseras utifrån det som journalisterna placerar på förstasidan.<sup>175</sup> Därför var det intressant att det i fokusgrupperna fanns en genomgående tanke att det som står skrivet i dagstidningar och tas upp i nyhetssändningar är *“Nyhetsnyheter”*, vilka ansågs *borde* vara händelser som berör flera och är av värde att ta del av eftersom de faktiskt hamnat där. Majoriteten av deltagarna ansåg att händelser som publiceras i de traditionella nyhetsmedierna är det som kan klassificeras som nyheter.

*“Jag tänker att en nyhet är det som är på Aktuellt eller som står i tidningen, inte det som står i typ Hänt Extra”*  
– Elin, uppvuxen i Stockholm, bosatt i Borås

---

<sup>172</sup> Nationalencyklopedin, 2014

<sup>173</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>174</sup> Fichtelius, 2008:14

<sup>175</sup> ibid.

*“Aftonbladet, Expressen och de tidningarna – om något täcks där, då känns det som om en nyhet”*  
– Katja, uppvuxen i Borgholm, bosatt i Varberg

Därmed fanns hos målgruppen till viss del ett förtroende för att medierna tar fram och levererar det som räknas vara av “klassisk” vikt och ha nyhetsvärde. Under fokusgruppernas samtal var det tydligt, trots respondenternas tidigare beskrivningar om vad de klassar som nyheter, att det var just de traditionella mediernas nyhetsutbud de syftade på i samband med användningen av begreppet “nyheter”. Främst gällde det då nyheter av typen brott, politik och oförklarliga händelser. Dock fördes i fokusgrupperna diskussionen om att det finns olika typer och grader av nyheter. De skilde både mellan lokala och globala, men även privata och allmänna nyheter där de privata är baserade på det individuella intresset och inte berör en allmän publik. Nyheter och uppdateringar om familj, vänner och information om att den snygga tröjan man vill ha nu finns i butik nämndes som exempel. Denna mer privata definition av nyhet överensstämmer med och berörs i högsta grad av Prakke, som menade att värdet av en nyhet ökar om den är nära i tid, rum och kultur.<sup>176</sup>

Den sistnämnda definitionen av nyheter uppfyller även Lippmans två krav på en nyhet – att den väcker känslor och berör, samt öppnar upp för identifikation.<sup>177</sup> Däremot är dessa nyheter inte av allmänintresse, vilket kanske uppfattas som självklart men även kan förklaras med avsaknaden av några av de faktorer som enligt Hvitfelt är av vikt för att höja det allmänna nyhetsvärdet. Dessa innefattar bland annat sensationella händelser, innefattandet av elitpersoner och härstammandet från professionella källor.<sup>178</sup> En av de intervjuade skilde även på privata och allmänna nyheter på så sätt att man som individ blir direkt respektive indirekt berörd av nyheten.

Som tidigare nämnts skilde sig omfattningen av nyhetsbegreppet mellan intervjupersonerna. I den fokusgrupp där definitionen var som allra snävast exkluderades exempelvis nöjesnyheter och “skvaller” från begreppet.

*“Jag skulle inte räkna skvaller som en nyhet, det ska ju vara relevant för något större.  
Skvaller läser man ju för nöjet, för att det är lite kul och spännande att höra,  
men det är ingenting som ger någonting”*  
– Elin, uppvuxen i Stockholm, bosatt i Borås

Vidare ansåg gruppen att det inte finns något som ligger till grund för skvaller, medan en nyhet är grundad på riktig fakta och går att bevisa att den verkligen inträffat. De menade att skvaller byggs upp för att någon ser spänning i det till skillnad från en nyhet och att en “riktig nyhet” borde bidra till allmänbildningen. Denna syn på nyheter säger emot Harcup och O’Neills teori att även mer positiva inslag som innefattar exempelvis kändisar och underhållning ökar nyhetsvärdet.<sup>179</sup> Samtidigt visade respondenterna ett visst intresse för nöjes- och kändisnyheter även om en del av dem inte ansåg dem vara just nyheter. Detta tyder på att gränsen mellan underhållning och nyheter, precis som Stúr förespråkade, har blivit allt otydligare.<sup>180</sup> Att en intressant nyhet, enligt Hvitfelt, måste vara av vikt och relevans kan därmed även ifrågasättas.<sup>181</sup>

---

<sup>176</sup> Prakke 1969 i Johansson, 2004:224

<sup>177</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>178</sup> Hvitfelt, 1985:148

<sup>179</sup> Johansson, 2004:226

<sup>180</sup> Stúr, 2004:60

<sup>181</sup> Hvitfelt, 1985:148

## 6.2 Om lokala nyheter

Uppfattningen av begreppet lokalt var i fokusgrupperna främst delad mellan platsen där man befinner sig och sin hemort. Gren och Hallin menade just att uppfattningen om det fysiskt lokala området för individer kan skilja sig åt trots att de är bosatta i samma område och att detta beror på hur man definierar begreppet "rum".<sup>182</sup> Synen på det fysiskt lokala var dock enhetlig i samtliga fokusgrupper så till vida att det ansågs vara ett mindre geografiskt område i form av stad det rörde sig om och inte exempelvis en större region. Till exempel menade de att orten där de studerar, det vill säga Varberg, Borås eller Trollhättan, är området av större intresse om man jämför med regionen i stort med närliggande större städer som Göteborg och Halmstad. De menade att dessa städer känns relativt långt bort och att de inte känner någon koppling till dem. Detta var dock med undantag för de två respondenter som inte bodde på orterna där de studerade, utan var bosatta i Göteborg och därmed klassade denna stad som det fysiskt lokala.

I en diskussion om en bredare definition av begreppet lokalt ansåg en av fokusgrupperna att en nyhet kan klassas som lokal så snart den påverkar en själv, oavsett vart man befinner sig. Med andra ord kan en händelse även kännas lokal rent känslomässigt. De menade att det beror på vad nyheten berör, att exempelvis en nationell nyhet om höjd reporänta kan kännas lokal för att det påverkar en själv och att detta även kan gälla exempelvis nordiska nyheter. Det påpekades ytterligare hur ett beslut som fattas i Stockholm eller till och med EU kan uppfattas som en lokal nyhet om den påverkar ens egen hemstad eller staden man bor i. Detta knyter an till Thompsons begrepp "glokalisering" där en internationell händelse (i detta fall även nationell) smälter samman med det lokala eftersom den tilldelas en lokal karaktär.<sup>183</sup> Vissa menade även att hela Sverige kan kännas lokalt, exempelvis om man är utomlands, samtidigt som den internationella orten där man då befinner sig och det som berör den rent geografiskt ansågs lokalt just då.

Det framgick även under fokusgruppintervjuerna att intresset för lokala nyheter på hem- och bostadsorten skilde sig åt beroende på hur länge man bott i den nuvarande staden. Ju längre man varit bosatt på orten, desto större intresse fanns att ta del av de fysiskt lokala nyheterna i förhållande till de känslomässigt lokala från exempelvis hemorten. De respondenter som både var uppvuxna och bosatta i samma ort visade ett större intresse för de lokala nyheterna. Vidare menade de som enbart bott i studieorten i ett år att de inte känner sig knutna till staden och dess nyheter, medan de som flyttat och bott i staden i snart tre år ansåg att intresset ökat i och med att de nu bott på orten en längre tid. Även tidigare forskning har visat på detta samband, samt att de lokala nyheterna i sig bidrar till att samhörigheten till samhället styrks.<sup>184</sup> Däremot var nyheterna från hemorten av större intresse även om respondenterna inte aktivt tog del av dessa, med förklaringen att de inte längre bodde på orten.

*"Nu har man bott här så länge att man faktiskt tycker det är lite intressant med Varbergs nyheter, men det tyckte jag kanske inte första året. Då var jag inne på VF och NVT (lokala tidningar i Värmland), eftersom man kände sig så långt ifrån sin hemstad och ville höra vad som händer där hemma, men det är ingenting jag gör längre"*  
– Ronja, uppvuxen i Karlstad, bosatt i Varberg

Precis som Gren och Hallin belyste kan man alltså känna rumslig närhet ur ett relativt perspektiv trots att det absoluta avståndet är långt, med hjälp av bland annat internet eller andra kommunikationskanaler.<sup>185</sup> Vidare var Thompsons teori att uppfattningen av tillhörighet stammar från känslan att inte endast dela en plats men även en historia, vilket framgick under gruppintervjuerna då respondenterna som sagt kände starkare samhörighet med orten ju längre de befunnit sig där.<sup>186</sup> Däremot förklarade en av gruppmedlemmarna att hon flyttat runt en hel

---

<sup>182</sup> Gren & Hallin, 2003:86

<sup>183</sup> Thompson, 2001:203

<sup>184</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:215-217

<sup>185</sup> Gren & Hallin, 2003:104

<sup>186</sup> Thompson, 2001:49

del och därmed anpassat sig dit hon kommer. Hon ansåg det lokala vara där hon just nu befinner sig och kände en stark anknytning till nuet. Vidare menade hon att det starkaste intresset finns i att veta vad som händer just runt omkring henne, vilket inte överensstämmer med Thompsons teori som lägger vikt på historien som delas med platsen. Hennes synsätt motsäger även Boije som belyste att människors ökade mobilitet har bidragit till en skörare platsanknytning.<sup>187</sup> Däremot överensstämmer Boijes såväl som McQuails teori med de övriga deltagarnas åsikter att vissa fysiskt lokala områden endast ses som en plats där man bor, utan att man delar en gemensam identitet med övriga medborgare.<sup>188</sup> Flera av respondenterna såg nämligen studieorten som en temporär bostadsort och kände därför varken identitet med eller intresse av denna. Respondenten från Stockholm menade till exempel att hon inte har något intresse för bostadsorten Borås, utan fortfarande ser Stockholm som det lokala.

*“Stockholmsnyheterna är av större intresse för att det är ”hemma”. Jag känner ju på något sätt fortfarande att jag är i Stockholm, jag har inte riktigt lämnat det än.*

*Det är där jag har min hemmaplan”*

– Elin, uppvuxen i Stockholm, bosatt i Borås

Hon menade att hon bryr sig på ett annat sätt när det gäller hemstaden Stockholm, på samma sätt som en annan respondent beskrev att han ”känslomässigt” känner för sin hemstad Vara, men att han egentligen inte har så stort intresse av att ta del av nyheterna där. Lippman förespråkade just för att en nyhet måste väcka känslor och erbjuda identifikation, dock verkar faktorerna i detta sammanhang inte bidra till ett speciellt stort nyhetsvärde.<sup>189</sup> Samtliga fokusgruppdeltagare delade uppfattningen att de gärna tar del av de senaste nyheterna när de väl är på besök i sin hemstad, exempelvis om lokaltidningen skulle ligga framme, men majoriteten tog inte aktivt del av nyheterna vare sig det gällde hem- eller bostadsorten. De ansåg helt enkelt inte att de har ett behov av detta. Det visade sig dock att de som var födda och fortfarande bosatta i samma stad var de som hade ett högre, men inte stort, intresse för lokala nyheter. Även de två respondenter som var födda och uppvuxna i storstäderna Göteborg och Stockholm tog i större utsträckning del av nyheterna från hemstaden.

Trots att ett antal av gruppmedlemmarna aktivt tog del av de lokala nyheterna ansågs de av samtliga vara tråkiga, ointressanta och händelselösa.

*“Lokala nyheter har en tendens att inte vara så rika på information.. Det är kanske inget jättenödvändigt, det är inte så händelserikt, det kan vara någon som haft möte eller så någonstans, det händer inte så mycket”*

– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

Hos de flesta av gruppmedlemmarna fanns det största lokala intresset i vädernyheter, händelser relaterade till högskolorna och nyheter av typen “vad som händer i stan i sommar”, detta klassades dock i hög utsträckning som information snarare än nyheter. De mest nyhetsintresserade respondenterna ansåg trots detta att de lokala nyheterna vara av stor vikt för att bidra till allmänbildningen och känna samhörighet med samhället, samt för att förstå sina medborgare. Därför ansågs de vara av värde att aktivt ta del av, vilket de dock gjorde i mycket liten utsträckning. Även de lokala nyheternas bidragande till ett demokratiskt samhälle påtalades. Denna syn delas därmed av bland annat Skogerbø och Winsvold som belyste i huvudsak tre sociala och kulturella områden när det gäller vikten av lokala nyheter – som källa till samhällsinformation, för identitetskänsla och förståelse, samt för ett demokratiskt samhälle.<sup>190</sup>

---

<sup>187</sup> Boije, 2013:31-32

<sup>188</sup> McQuail, 1997:27

<sup>189</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>190</sup> Skogerbø & Winsvold, 2011:215-217

Majoriteten av respondenterna hade dock åsikten att lokala nyheter sprids och att man får reda på de som är tillräckligt viktiga utan att själv behöva leta upp dem. De menade att de lokala nyheterna oftast inte är speciellt viktiga och spelar någon större roll, utan de är snarare kan vara "lite kul" och "trevliga" att ta del av.

*"Jag kan tycka att det är kul. Men de [händelserna] får man ju höra [utan att aktivt ta del av nyheterna] ändå och det är väl lite trevligt, men det är ingenting som jag lägger någon vikt på eller som spelar så stor roll"*

- Elin, uppvuxen i Stockholm, bosatt i Borås

Trots att samtliga respondenter höll med om att de lokala nyheterna inte är speciellt spännande, att de ofta är informationsfattiga och händelselösa, samt att de till råga på detta oftast inte aktivt tas del av nämndes TV4s nedläggning av lokala nyhetssändningar som något negativt i samtliga fokusgrupper.

*"Det här med att de lägger ner TV4s lokalnyheter, det kan vara ganska farligt tror jag. Nu finns ju i och för sig SVT, men det kan ju inte heller bara vara en kanal man får nyheter från hela tiden, man borde få det från flera källor"*

- Anna, uppvuxen i Sandviken, bosatt i Borås

*"Jag tycker det är jättetragiskt att de plockar bort de lokala nyheterna från TV4, det känns som om försvinner de från TV:n, då försvinner de liksom"*

- Katja, uppvuxen i Borgholm, bosatt i Varberg

Respondenterna menade att de lokala nyheternas framtid inte skulle vara speciellt ljus om de försvann från TV. Många av respondenterna tog i samband med Nyhetsmorgon eller andra nyhetssändningar del av de lokala nyheterna utan att riktigt reflektera över detta och menade att mottagandet av dessa väntas sjunka rejält på grund av TV4s nedläggning av den lokala rapporteringen. Det fanns med andra ord för de flesta av respondenterna inte tillräckligt intresse för att aktivt leta upp och ta del av lokala nyheter även om de skulle vilja.

### 6.3 Om internationella nyheter

De tre fokusgrupperna förde alla liknande diskussioner kring ämnet internationella nyheter. Det visade sig att respondenterna hade en klar syn på begreppet internationellt, men att det fanns en viss tveksamhet när de skulle definiera det i samband med nyheter. Till en början ansågs internationella nyheter innehålla i stort sett allt som händer utanför Sverige, som något stort som berör många länder och uppmärksammas av många. Tveksamheten uppdagades när en av respondenterna ställde frågan om en händelse som sker internationellt verkligen är en nyhet i Sverige om den inte på något sätt berör det svenska samhället. De kom fram till att vissa internationella frågor berör Sverige i allra högsta grad, till skillnad från exempelvis en skottlossning i USA där man så klart blir psykiskt berörd och ofta är intresserad av, men som inte har någon effekt på vår situation här i Sverige.

*"Ju närmare det är, när något sker nära oss, så blir man ju mer känslomässigt påverkad än om det är långt bort, även om det kanske är en internationell nyhet"*

- Katja, uppvuxen i Borgholm, bosatt i Varberg

En skottlossning i USA kan dock som sagt beröra den svenska befolkningen psykiskt och därmed vara av nyhetsvärde enligt både Pracke och Lippman.<sup>191;192</sup> Detta tog sig i uttryck när skjutningarna på Utöya i Norge togs upp i två av de tre fokusgrupperna. De menade att just den

<sup>191</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>192</sup> Pracke 1969 i Johansson, 2004:224

känslomässiga påverkan har stor betydelse för om en internationell händelse blir en nyhet i Sverige eller ej, och beroende på vilken samhörighet man känner kan en internationell nyhet nästan kännas lokal. Detta trots att den ägt rum utanför Sveriges gränser, som exempelvis just händelsen på Utöya och bombningen i Oslo. Detta kan även kopplas till Gren och Hallins teori om möjligheten att känna rumslik närhet trots ett längre absolut avstånd, mycket på grund av snabba kommunikationskanaler.<sup>193</sup> Dock är det i detta fall snarare Lippman som har en poäng i och med hans teori att samhörighet och identifikation ger nyhetsvärde, vilket visade sig vid respondenternas uttalanden angående händelserna i Norge.<sup>194</sup>

*“Händelser man kan identifiera sig med är de som är intressanta”*

– Jonatan, uppvuxen i Lysekil, bosatt i Trollhättan

I fokusgrupperna diskuterades även hur vissa händelser i Europa kan anses lokala, beroende på vilken typ av frågor som berörs. Att intresset för internationella nyheter inte bara är knutet till påverkan på det nationella planet i form av sitt hemland, utan att det även rör sig om de nyheter som påverkar individen direkt, stämmer överens med Jensions teori från 1998. Han menade närmre att både de personligt sociala och kulturella faktorerna spelar in, även när det gäller internationella nyheter.<sup>195</sup>

När det handlade om fokusgruppernas intresse av internationella nyheter rörde det sig inte mycket om att vara engagerad i en specifik kategori som politik, sport eller ekonomi – detta beror självfallet på personliga intressen. Vissa av respondenterna föredrog därmed de politiska nyheterna, medan andra tyckte att dessa var fullkomligt ointressanta. McQuail menade att en nyhet kan vara av värde för individen både informations- och intressebaserad.<sup>196</sup> Det framgick tydligt inom fokusgrupperna att intresset av att ta del av internationella nyheter främst grundade sig i helheten och känslan av att känna sig uppdaterad och informerad. Majoriteten av respondenterna kände med andra ord en stark vilja och ett behov av att veta vad som händer i världen.

*“Jag måste på något sätt veta vad som har hänt och vad som händer, annars känner jag mig helt isolerad från omvärlden”*

– Katja, uppvuxen i Borgholm, bosatt i Varberg

Samtliga respondenter var eniga om att de internationella nyheterna är viktiga att ta del av på grund av att de ger kunskap och allmänbildning, och att detta leder till ökad delaktig- och samhörighet med den övriga världen.

*“Om man inte hänger med är det väl ett hot mot demokratin. Då kan ju folk göra vad de vill, om man inte får reda på grejer, då blir man ju instängd och får inte reda på vad som händer”*

– Anna, uppvuxen i Sandviken, bosatt i Borås

*“Vi har väl något sorts gemensamt ansvar att göra det bra för varandra, vet man inte vad som händer med folk i resten av världen, då är det ju jättesvårt att ta ansvar, påverka, och se till att det fungerar”*

– Elin, uppvuxen i Stockholm, bosatt i Borås

I UGT identifieras ett av de fyra viktigaste behoven med möjlighet att tillfredsställas via medier som just behovet av information. McQuail, Blumler och Brown menade, precis som det visade sig

---

<sup>193</sup> Gren & Hallin, 2003:104

<sup>194</sup> Lippman 1922 i Johansson, 2004:223

<sup>195</sup> Jenson 1998 i McQuail, 2005:258

<sup>196</sup> McQuail, 2005:261

i denna studie, att det finns ett behov av att förstå omvärlden och inneha kunskap om denna.<sup>197;198</sup> För många av fokusgruppdeltagarna var det även viktigt att ta del av de internationella nyheterna för att fungera i sociala sammanhang, att ha något att diskutera tillsammans med kompisgänget. Detta utmärks i ytterligare ett av de fyra grundläggande behoven i form av behovet av relationer, vilket tillfredsställs i och med att medierna förser sin publik med gemensamma samtalsämnen att diskutera.<sup>199</sup> Det märktes tydligt att de respondenter med ett genuint nyhetsintresse, som varje dag var i kontakt med samhällsdebatten, hade ett extra starkt behov av att ta del av de internationella nyheterna för att själva kunna bidra till samtalen.

*“Mitt kompisgäng är väldigt orienterat kring nyheter och samhällsfrågor generellt, även om inte alla haft samma intresse från början så blir det nästan som en ond cirkel, att alla förväntas vara intresserade, och det krävs att man är intresserad för att tillhöra gemenskapen när man sitter och pratar”*

– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

*“Man vill kunna diskutera med andra vad som händer”*

– Agnes, uppvuxen i Ulricehamn, bosatt i Varberg

Ett fåtal av de intervjuade förklarade att de sällan aktivt tar del av internationella nyheter, utan litar på att det som är viktigt nog att ta del av ändå når dem muntligt eller att nyheterna uppdagas rent slumpmässigt. De menade att de inte letar upp de internationella nyheterna själva om de inte först hört talats om dem, till skillnad från majoriteten som ansåg att detta var fallet när det gällde de lokala nyheterna.

*“Jag kollar inte på nyheterna så där jätteofta, så det blir väl ofta så att om jag hör något som har hänt, då går jag väl in och kollar på det i efterhand”*

– Isabelle, uppvuxen och bosatt i Vänersborg

Lustigt nog berättade en av respondenterna med dessa åsikter senare under intervjun att hon alltid är inne på Aftonbladets nättidning så snart hon är uttråkad. Detta visar att hon inte aktivt syftar till att uppfylla ett behov med det använda mediet, vilket UGT förespråkar.<sup>200</sup> Enligt LaRose och Diddi är det i och med dagens stora medieutbud omständligt att aktivt göra ett val varje gång man ska ta del av nyheter, och att det därmed snarare utvecklas en vana att använda ett specifikt medium.<sup>201</sup> LaRose tillsammans med Easton belyste även en minskad självkontroll i mediebrukandet.<sup>202</sup> Detta visade sig i respondenternas uttalanden i vilka det belystes att de i vissa fall varken är medvetna om eller reflekterar över deras mediebruk och nyhetsanvändning.

De internationella nyheter som av fokusgruppen ansågs vara intressanta var de ”stora”, som exempelvis krisen i Ukraina eller det försvunna Malaysia Airlines-planet. Dessa nyheter ansågs ”kul” och spännande att läsa om, speciellt mystiska händelser i följetång var av intresse. Enligt Hvitfelt beror nyhetsvärdet av en händelse bland annat på graden av sensation och överraskning.<sup>203</sup> Denna syn visade sig överensstämma med en av fokusgrupperna i vilken det diskuterades om hur många ”vardagliga” internationella nyheter aktivt sållas bort och tragiskt nog anses vara av mindre intresse eftersom de inte är speciellt oväntade. Dessa vardagliga nyheter menades vara exempelvis en explosion i Kabul eller svältande barn i Afrika, medan bombningarna i Boston var av större intresse eftersom det inte är något man tar del av varje dag och därmed är en oväntad händelse.

<sup>197</sup> McQuail, Blumler & Brown, 1972 i Fiske, 1997:152-154

<sup>198</sup> Strömbäck, 2009:73

<sup>199</sup> ibid.

<sup>200</sup> Drotner et al, 1996:82

<sup>201</sup> Diddi & LaRose, 2006:194-195

<sup>202</sup> Eastin & LaRose, 2004:362

<sup>203</sup> Hvitfelt, 1985:148



*“Jag “tunar” ut lite med allt som har med krig att göra, man är så trött på det, typ “nu dog det 17 människor till” och det är fruktansvärt men jag kan inte göra så mycket åt det själv, så jag orkar liksom inte läsa”*

– Lisa, uppvuxen och bosatt i Mölndal

Annars framgick det att kulturella internationella nyheter av typen film och musik även var av intresse. Vidare benämndes sport som något som var svårt att undvika när det kom till internationella nyheter.

## 6.4 Om lokalt vs. internationellt

Under fokusgruppintervjuerna diskuterades vikten och intresset av de lokala i jämförelse med de internationella nyheterna. Majoriteten av respondenterna var eniga om att de globala nyheterna är av större vikt, men framför allt att de är mer intressanta och spännande. De menade att det skulle vara en större förlust att förlora den internationella nyhetsrapporteringen eftersom de lokala händelserna lätt visar sig ändå då de ofta utspelar sig i direkt anknytning till där man befinner sig.

*“Det hade ju varit betydligt värre om det globala nyhetsflödet hade dött ut kontra det lokala skulle jag tro. Det beror väl också på att man befinner sig här, den lokala informationen kan man ta till sig själv, eller leta reda på. Det är lite svårare att ta reda på vad som händer i Ukraina när man sitter i Göteborg, kontra hur det går för spårvagnstrafiken i stan, det är ganska enkelt att luska ut själv”*

– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

Vidare ansåg respondenterna att det var av vikt att lära sig av andra och ta del av hur det ser ut och går till i andra länder. Det handlade om att känna sig uppdaterad och vara allmänbildad, och det framgick under gruppintervjuerna att de internationella nyheterna mer än de lokala ansågs bidra till detta. De internationella nyheterna togs även del av i större utsträckning, dock fanns en enhetlig åsikt inom de tre fokusgrupperna att det så klart finns vissa lokala sakfrågor som är av stor vikt att ta del av. Återigen nämndes att de internationella nyheterna var viktigare även ur ett socialt perspektiv, att det är något att samtala om och på så sätt för en större grupp människor samman än endast vid den fysiska platsen där man befinner sig.

Ett fåtal av respondenterna menade dock att de rent underhållsmässigt hellre tar del av de lokala nyheterna eftersom de i högre grad anses beröra en själv. En av deltagarna hävdade i motsägelse till tidigare uttalanden att hon exempelvis hade fått reda på att Michael Jackson dött av folk omkring sig, medan ingen skulle berätta att man nu får bygga större friggebodar i Göteborg. Dock var det i de övriga fokusgrupperna tydligt att de i denna jämförande diskussion om lokala och internationella nyheter avsmalnade nyhetsbegreppet till de “tyngre” nyheterna i form av politik, brott och ekonomi, medan denna respondent syftade på mer lättsamma nyheter. Hon menade att hon hellre läser om det som hänt precis nära henne själv och att hon mår bra av att även ta del av de “oviktiga” nyheterna.

*“Jag blir lite deprimerad av Aftonbladet. Aftonbladet är ju inte lokal, så det finns inte de här gulliga artiklarna som finns i GP, det är liksom bara misär”*

– Lisa, uppvuxen och bosatt i Mölndal

Detta motsäger Hvitfeldts teori och överensstämmer således med Johanssons teori om att en nyhet inte nödvändigtvis ökar i värde i och med ett negativt innehåll, utan att även humoristiska och positiva nyheter är eftertraktade av publiken.<sup>204</sup>

I samtliga fokusgrupper fördes diskussioner med gemensamma tankar kring hur intresset och vikten av lokala och internationella nyheter har förändrats över tid. De menade dels att det tidigare inte funnits internationella reportrar i samma utsträckning som nu, vilket bland annat resulterade i att informationen för x antal år sedan inte rörde sig lika snabbt. Hastigheten av det globala flödet var även något som Hjarvard inkluderade i sin definition av den moderna globaliseringen<sup>205</sup> och det överensstämmer även med Stúrs uttalande att globaliseringen bidragit till en ny ägandeform som i mindre grad tar hänsyn till nationsgränserna.<sup>206</sup> Respondenterna spekulerade i att intresset för globala nyheter inte fanns i samma utsträckning förr som nu, på grund av att vi idag spenderar mer tid utomlands och därmed har ett behov av att veta hur läget ser ut i större delar av världen än området just omkring oss.

*“Jag tror inte intresset fanns då, nu reser vi ju och pluggar utomlands och då vill man ju veta hur läget är där. Vi rör ju oss mycket utomlands och då känns det ju tryggt att kunna någonting om länder och situationer”*  
– Katja, uppvuxen i Borgholm, bosatt i Varberg

Gruppmedlemmarna menade att internationell information idag kan ge en form av trygghet eftersom den berör oss i så pass hög grad. Detta styrker McQuails teori att publiken vill och behöver ta del av nyheter från länder med vilka man har affärer med, eller ser som vänner alternativt fiender.<sup>207</sup> I fokusgruppernas diskussioner visade sig detta röra sig om en påverkan både på ett personligt och nationellt plan. Gruppdeltagarna kom även fram till att man i dagens samhälle lättare kan relatera till exempelvis Asien för att man själv kanske varit där, känner någon som varit där eller bor där, och att nyheterna från dessa platser därför är mer påtagliga idag än vad de var förr. Precis som Sefton-Green påpekade verkar globaliseringen med utgångspunkt i fokusgruppernas samtal bidragit till en relation med fler kulturer och länder.<sup>208</sup>

*“Lokalt var nog viktigare förr, känns det som. Nu är ju alla mer internationella, man har ju internationella kompisar, alla är ju inte från samma ställe”*  
– Anna, uppvuxen i Sandviken, bosatt i Borås

Vidare fanns en gemensam syn på att de lokala nyheterna var viktigare innan globaliseringens framväxt, på grund av att man inte hade lika mycket kunskap om resten av världen och att intresset därför var koncentrerat på det område där man befann sig. Med andra ord har den övriga världen tidigare känts mer avlägsen och längre bort än vad den gör idag. Respondenterna poängterade att all information som kretsar i dagens samhälle är sådant man kan ta på eller på något sätt relatera till, oavsett om det rör sig om lokala eller internationella nyheter. Detta gör med andra ord att det kan vara svårt att särskilja det lokala från det globala, och att det precis som både forskare och journalister reflekterat över de senaste åren skett en sammansmältning av de två begreppen.<sup>209;210</sup>

---

<sup>204</sup> Johansson, 2004:227

<sup>205</sup> Hjarvard, 2003:21

<sup>206</sup> Stúr, 2004:53

<sup>207</sup> McQuail 2005:262-263

<sup>208</sup> Sefton-Green, 1998:7-9

<sup>209</sup> Thompson, 2001:203

<sup>210</sup> Carstorp, 2014

## 6.5 Om medievalet

Under fokusgruppintervjuerna nämndes ett flertal kanaler för att ta del av nyheter, och trots att det ibland skilde sig åt mellan respondenterna fanns en enhetlighet genom de tre fokusgrupperna. Ofta var det en kombination av flera olika kanaler som försåg målgruppen med både lokala och internationella nyheter, detta för att få en bred och omfattande bild av omvärlden. I och med variationen av mediekanaler och även respondenternas intresseområden kan en koppling göras till UGT, vilken utgår från att publiken aktivt gör sitt medieval för att medvetet uppnå ett bestämt mål och tillfredsställa ett behov.<sup>211</sup> Respondenterna hade med andra ord alla olika behov och intressen, vilka i sin tur påverkade det individuella medievalet.

Det framgick under intervjuerna att det främst är kring de större och oförutsedda händelserna – exempelvis skjutningarna på Utöya och Bostonbombningarna – som det mer aktivt sökes upp information, och att det är främst då som användandet av kanaler kan variera i förhållande till den dagliga användningen. Detta stämmer därmed överens med McQuails uttalanden inom UGT, där varje dags medieanvändning uppges vara unik och influerad av varierande och oförutsägbara omständigheter.<sup>212</sup> Detta trots att det hos respondenterna generellt fanns ett visst användarmönster när det kom till medier. Vidare menade McQuail att valet av kanal påverkas av det dagliga utbudet av innehåll och dess utformning, de aktuella omständigheterna, samt den sociala kontexten i form av påverkan av familj och vänner. Detta överensstämde till viss del med resultatet från fokusgrupperna även om det främst rörde sig om vanor och rutiner.<sup>213</sup>

Detta var även något som respondenterna reflekterade över, att de troligtvis tar del av nyheter i större utsträckning än de själva inser, vilket innebär ett inaktivt val av mediekanaler. Framför allt avser det rutin- och vanemässiga medievalet vid nyhetsanvändning mobiltelefoner. Många av deltagarna medgav själva att det till stor del handlar om vana, att mobilen åker upp och man surfar in på Aftonbladet eller GP så snart man vaknar utan att man riktigt reflekterar över det.

*“Jag tror det är rutin. När jag vaknar, stänger av alarmet så tar jag upp GP på mobilen, jag tänker nog inte ens på att jag gör det”*

– Lisa, uppvuxen och bosatt i Mölndal

*“Jag har stående på min agenda att jag går in på Aftonbladet varje dag”*

– Ronja, uppvuxen i Karlstad, bosatt i Varberg

Någon annan beskrev det som ett behov och rutin att läsa nyheterna på Aftonbladet varje morgon på bussen till skolan, att man gör det när man inte har något att göra och för att mobilen alltid finns till hands. Faktum att nyhetsanvändningen delvis sker i samband med tillfällen där respondenterna är uttråkade kan sammankopplas med Eastin och LaRose uppdaterade definition av behov inom UGT. De menade att det idag finns “expected” och “wished-for outcomes” i och med medieanvändningen, vilket med andra ord innebär att användarna exempelvis surfar in på aftonbladet.se på grund av att de har förhoppningar att en spännande händelse inträffat.<sup>214</sup> Enligt de två forskarna brister UGT i nutidens samhälle och de belyste bland annat att en individ inte kan fatta dagliga beslut i och med dagens stora medieutbud.<sup>215</sup> Samtalen i de tre fokusgrupperna visade just att valet snarare beror på vanor och till viss del även otillräcklig självkontroll, precis som forskarna förespråkade. Vidare menade Eastin och LaRose att när valet att använda sig av ett specifikt medium en gång gjorts är detta en vana som kräver någon form av förändring för att brytas.<sup>216</sup> I UGT-modellen av Rosengren uppgavs även

---

<sup>211</sup> Drotner et al, 1996:82

<sup>212</sup> McQuail, 1997:67-68

<sup>213</sup> ibid.

<sup>214</sup> Eastin & LaRose, 2004:361&365

<sup>215</sup> Eastin & LaRose, 2004:362

<sup>216</sup> ibid.

att ett behov måste uppfattas som ett lösningsbart problem för att det ska leda till handling och därmed val av medium.<sup>217</sup>

Respondenterna nämnde även hur de lätt springer förbi en TV-sändning eller tar till sig nyheter utan att de själv aktivt väljer att göra det. Dock tog ungefär hälften av respondenterna i stort sett dagligen del av TV4s Nyhetsmorgon, någon annan valde aktivt att se Aktuellt via SVTplay minst tre gånger i veckan och en tredje var regelbundet uppdaterad via ttela.se, en lokal nättidning. Det var för flera av dem en del av vardagen att TV:n även står på i bakgrunden som sällskap medan de gör något annat, just då läggs däremot inte så mycket energi på att ta del av nyheterna.

*”Jag lyssnar på det medan jag gör något annat, jag sätter på det medan jag diskar, det är ju ett härligt sällskap också när man är ensam hemma”*

– Matilda, uppvuxen i Ulricehamn, bosatt i Borås

McQuail, Blumler och Brown menade att behovet av avkoppling och relation är två av de fyra viktigaste behoven som medier har möjlighet att tillfredsställa, precis som de gör här.<sup>218;219</sup> Dock har inte mediet här aktivt valts för att specifikt ta del av nyheter. Detsamma gäller sociala medieplattformar som Facebook och Twitter, vilka mest ses som ett komplement till de journalistiska nyhetskällorna. De används enligt fokusgrupperna dels för att få en mer personlig prägel på en nyhet i och med att man själv valt vilka personer man följer, och dels som ett flöde att skumma igenom för att ge en överblick och hänvisa till längre artiklar eller krönikor. Respondenterna menade att en nyhet ofta uppdagas via Facebook eller Twitter för att de är under ständig uppdatering med snabb, global spridning. När det gäller nyheter på Twitter är det främst specifika personer som följs snarare än nyhetsbyråer; människor som respondenterna har ett personligt intresse för. För vissa innebär det politiska karaktärer som Carl Bildt och Obama, och för andra medieprofilerna Filip och Fredrik. Plattformen används även i hög grad för att kunna följa med i flödet kring stora event som OS, Melodifestivalen eller de politiska valen. Här har respondenterna med andra ord aktivt valt vilka människor de vill följa utifrån sina egna intressen och behov.

*”Framför allt kanske man väljer ut en person på en nyhetsbyrå som tillgodoser och lyfter de frågor som jag är intresserad av. Så blir det att man via den inkörsporten kommer in på kultursidorna på Aftonbladet, att man har sett att någon har länkat till sin krönika då till exempel”*

– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

*”Jag har Twitter för att följa människor jag tycker är intressanta. Typ Carl Bildt och Obama. Jag har det bara för att följa med när det händer något stort, för att se vad som skrivs om det. Till exempel valet i år”*

– Anna, uppvuxen i Sandviken, bosatt i Varberg

Utöver dessa mediekanaler diskuterades även i samtliga fokusgrupper lite mer oväntat podcasts, där fler av respondenterna menade att de lägger mest tid när det kommer till att ta del av nyheter. De podcasts som främst lyssnades på var dock inte alltid nyhetsrelaterade, med exempelvis en krönikör eller samhällsdebattör som upphovsman. I stor utsträckning var det istället mer lättsamma och till viss del humoristiska podcasts som nämndes, men respondenterna påpekade tydligt att även dessa berör samhällets nutida händelser och samtalsämnen. De menade att de således bidrar till allmänbildningen och är upplysande om såväl lokala som internationella händelser, även för den som inte är intresserad av ”klassiska” nyheter.

<sup>217</sup> Rosengren 1974 i McQuail & Windahl, 1993:135

<sup>218</sup> McQuail, Blumler & Brown, 1972 i Fiske, 1997:152-154

<sup>219</sup> Strömbäck, 2009:73

I stort sett delade samtliga respondenter beteende när det gäller att ta del av nyheter från hemorten. Det beskrevs i fokusgrupperna hur de när de är hemma och hälsar på, sporadiskt bläddrar igenom den lokala tidningen om den skulle ligga framme, men att det inte är något de har ett behov av. De uppgav att det gott och väl räcker att höra med föräldrarna vad som hänt sedan sist.

*“När man kommer hem till sina föräldrar så kan man bara fråga om det hänt något speciellt, då får man liksom en snabb genomgång för de senaste månaderna och så slipper man ta del av det man kanske inte vill läsa. Det räcker med de där tre nyheterna som inträffat på en månad.*

*Den nyhetskanalen är lite underskattad”*

– Adam, uppvuxen i Vara, bosatt i Göteborg

De menade att händelser i småstäder hur som helst sprids från mun till mun innan de hunnit tryckas i tidningarna och att utbudet av intressanta lokala nyheter inte ofta är stort. Undantaget var lokala sportnyheter, vilka i viss utsträckning aktivt letades upp och togs del av. En snabb spridning och lättillgänglighet var två faktorer som hade betydelse för respondenternas val av nyhetsmedium. En respondent ansåg exempelvis att nyheterna på Aftonbladet för det mesta består av irrelevanta eller lättsamma nyheter, men att de ofta är först ut och att hon därför använder sig av denna kanal. Samtliga respondenter instämde med att det är av vikt med snabb uppdatering, och då de tidigare nämnt att både mun till mun och de sociala medieplattformarna är en snabbare kanal än dagstidningen när det gäller lokala nyheter är detta något som även påverkar uppfattningen om papperstidningar. Som tidigare nämnts förekom papperstidningsläsandet över lag inte ofta inom fokusgrupperna, utan bara om en tidning “råkar ligga framme”. Endast en av respondenterna söker själv upp exempelvis Metro, Svenska Dagbladet eller Göteborgs-Posten, vilka han utan någon form av rutin eller starkt behov läser ungefär tre gånger per vecka. Dessa tidningar är dock inget som köps för egna pengar utan hittas på exempelvis bussar, i det kollektiva boendet eller hos föräldrarna. Många av gruppdeltagarna ansåg att många tidningar och att prenumerera är alldeles för dyrt och att de inte har råd som studenter. De ansåg att de inte skulle hinna läsa en fysisk tidning varje dag, utan att de bara skulle “samlas på hög och stå och skräpa”.

Inställningen till dagstidningen var hos respondenterna delad, inte så mycket inom grupperna utan på det individuella planet. Först och främst skojades det om att det är mycket behändigare att sitta med mobilen i ena handen och kaffet i den andra på morgonen istället för att ha en stor tidning framför sig. De föredrog således att läsa nyheterna via internet på mobiltelefonen och det var utifrån fokusgrupperna tydligt att denna generation är positiv till den nya tekniken och mediekanalerna, precis som tidigare undersökningar visat.<sup>220</sup> Samtidigt ansåg flertalet av respondenterna, bland dem även de som ville sitta med nyheterna i mobilen till morgonkaffet, att det var något speciellt och mysigt med att bläddra i tidningen till frukosten, precis som de sett sina föräldrar göra under sin uppväxt. Den absoluta majoriteten av respondenterna trodde att papperstidningen inom kort kommer att dö ut, medan ungefär hälften hoppades att den inte ska göra det.

*“Det skulle ju vara tragiskt om de försvann, man vill ha den där känslan när man sitter och bläddrar, men jag är osäker på om jag själv skulle prenumerera”*

– Agnes, uppvuxen i Säffle, bosatt i Varberg

Trots viljan att behålla den tryckta dagstidningen menade de flesta av respondenterna att de inte skulle prenumerera på en tidning ens när de väl börjat arbeta och skulle ha råd. Det blev tydligt att även om kostnaden har en viss betydelse för läsandet av papperstidningar, var det inte den enda eller ens den största påverkande faktorn. Bevisligen finns inte ett faktiskt behov av att läsa den tryckta tidningen, utan det rör sig snarare om en känslomässig tillgivenhet till

---

<sup>220</sup> Andersson, 2012:460

medieformatet med grund i respondenternas uppväxt. Enligt Rosengren formas behov och problem dels av individuella egenskaper, men även av både samhället och dess mediestruktur. Om inget problem upplevs, leder inte heller behovet till handling,<sup>221</sup> vilket även framgick under fokusgruppernas samtal.

## 6.6 Slutsatser

I denna studie undersöktes unga vuxnas relation till lokala nyheter i jämförelse med internationella, samt hur de tar del av dessa, med syftet att få en förståelse för målgruppens nyhetsvärderingar och medieval i dagens globala samhälle. För att uppnå detta genomfördes tre fokusgruppintervjuer, vid Högskolan Väst i Trollhättan, vid Campus Varberg samt vid Högskolan i Borås med tre till fyra respondenter i vardera.

Frågeställningarna som avsågs besvaras var:

- *Vilka är unga vuxnas uppfattningar om lokala nyheter?*
- *Vilka är unga vuxnas uppfattningar om internationella nyheter?*
- *Vilka kanaler använder sig målgruppen av för att ta del av dessa uppgifter?*

### Unga vuxnas uppfattningar om lokala nyheter

Det fanns både en fysiskt och mental, eller kanske snarare känslomässig, definition av begreppet lokalt hos målgruppen. Synen på vad som klassas som lokalt grundades i denna studie även på vad som påverkar individen direkt eller indirekt. Uppfattningen om vad som var fysiskt lokalt var gemensam, men det känslomässigt lokala varierade mellan var respondenterna kom ifrån, tidigare bott och nu var bosatta. I vissa fall kunde nyheter oavsett geografisk koppling uppfattas som lokala rent känslomässigt, beroende på vad de gällde och om de påverkade respondenterna själva. Vikten av lokala nyheter ansågs stor på grund av bidragandet till allmänbildning och samhörighet, men intresset var ändå svalt hos målgruppen. Detta berodde enligt dem på att det dels inte händer mycket i en liten stad och dels att det som händer ofta är något man får reda på utan att aktivt behöva söka efter detta. Däremot ansåg de att det finns viss underhållning i de lokala nyheterna, vilka rent geografiskt berör dem mer till skillnad från de internationella. Något som även var en bidragande faktor till intresset för de fysiskt lokala nyheterna var hur länge man befunnit sig på orten. Generellt var intresset för platsen större desto längre man haft en fysisk koppling till den.

### Unga vuxnas uppfattningar om internationella nyheter

Internationella nyheter uppfattades av målgruppen vara något som sker utanför Sveriges gränser och som påverkar flera länder. För att dessa nyheter ska uppfattas intressanta och av värde ska de enligt målgruppen på något sätt beröra Sverige och/eller individen själv antingen fysiskt eller känslomässigt. Behovet av att ta del av internationella nyheter ansågs starkare än att ta del av lokala nyheter. Målgruppen såg värde i att ha en förståelse för den övriga världen då de kände en förbindelse till denna och ansåg att globala händelser i stor utsträckning påverkar de själva. Internationell information uppgavs således bidra till en form av trygghet. Respondenterna menade även att internationella nyheter bidrar med samtalsämnen i sociala sammanhang i större utsträckning än lokala. Det finns dock inget som tyder på att målgruppen ersatt de lokala nyheterna med de internationella.

### Valda kanaler för att ta del av nyheter

Målgruppen använde till största delen internetbaserade sidor eller sociala medieplattformar för att ta del av både globala och lokala nyheter, främst via mobilen som alltid finns till hands. Papperstidningsläsandet var lågt bland fokusgrupperna, vilket delvis berodde på kostnaden, den eftersläpande uppdateringen och dess otymplighet. Uppfattningen var att den tryckta dagspressen inte har någon framtid, utan att kommande generationer endast kommer utnyttja

---

<sup>221</sup> Rosengren, 1974 i McQuail & Windahl, 1993:135

digitala kanaler för att ta del av både lokala och globala nyheter. Det belystes dock att målgruppen vid stora händelser så som skjutningen på Utöya använde sig av fler kanaler för att söka nyheter. Då användes även medier som normalt sett inte tas del av, exempelvis papperstidningen. De lokala nyheterna togs del av från mun till mun, till skillnad från de internationella nyheterna där målgruppen i samma utsträckning inte förlitar sig på denna källa. Utöver detta fanns ingen större skillnad i val av kanal beroende på om det rörde sig om lokala eller globala nyheter.

## 7. Slutdiskussion

Detta kapitel utgår från studiens genomförda fokusgruppintervjuer med resultat, men diskuteras utifrån ett perspektiv med målgruppen som helhet. Resultatet av denna undersökning är, som nämnts tidigare i metodkapitlet, inte statistiskt generaliserbart. Detta i och med det antalet fokusgrupprespondenter, valet att enbart inkludera högskolestudenter, kvinnlig dominans i fokusgrupperna, samt bortfallet av annan etnisk bakgrund än svensk. Undersökningen bidrar ändå med ett flertal uppfattningar, vilket gör det intressant att diskutera studiens undersökning i ett bredare perspektiv.

Genom denna studie har det kommit fram att det inom den undersökta målgruppen finns ett svalt intresse för nyheter överlag, men att de samtidigt anses vara av stor vikt. Vidare visar sig de internationella nyheterna generellt vara av större intresse än de lokala. Främst lokalpressbranschen har uttryckt en oro för ett minskat intresse av lokala nyheter hos den yngre generationen, men som tidigare diskuterats har det lokala nyhetsintresset aldrig varit stort i just denna åldersgrupp. Detta kan bland annat tänkas ha att göra med den fas i livet som målgruppen befinner sig i, vilket delar av resultatet tyder på. I denna åldersgrupp är mycket temporärt, såsom bostadsort, förhållanden och vänskapskrets. Många studerar och har ännu inte bundit sig till en familj eller specifik plats. Därför är det följaktligen möjligt att ett urval som inkluderat fler än bara studenter skulle gett ett resultat som visat på större intresse för lokala nyheter. Möjligen styrks anknytningen till det lokala samhället och intresset till de kommunala frågorna när man slagit rot och eventuellt lever med familj och barn. Då påverkas man i högre grad av kommunala beslut och kan känna ett ökat behov av nyheter som berör ens geografiska närhet. Dock visar det sig i denna studie att det i dagens samhälle finns en ökad risk att intresset för det lokala inte kommer öka i takt med stigande ålder, såsom det gjort i tidigare generationer. Detta skulle kunna förklaras med globaliseringen som delvis inneburit ny teknologi, vilket öppnat upp för nya mediekkanaler och en samhörighet med resten av världen som inte funnits tidigare.

I studiens resultat kan man bland annat utläsa hur anknytningen till det geografiskt lokala inte är särskilt stark och att definitionen av vad som anses "nära" och därmed berör har ett brett omfång. Idag påverkas vi i stor utsträckning av den övriga världen och därför kan man dra slutsatsen att det uppstått ett ökat behov och intresse av att ta del av internationella nyheter då de berör både individen och samhället. Den rumsliga närheten, känslan att bli berörd och känna identitet är alla faktorer som menas höja nyhetsvärdet. Detta kan därmed betyda att de internationella nyheterna idag konkurrerar på samma spelplan som de lokala, just när det gäller nyhetsvärdet sett till dessa faktorer. Med andra ord kan man dra slutsatsen att globaliseringen har en viss påverkan på vilka nyheter som värderas och varför de gör det. Något som varit intressant skulle därför varit att se om, och i så fall vilka, likheter och/eller skillnader hade funnits om även respondenter med utländsk etnisk bakgrund funnits med i undersökningen. Kanske hade det funnits en annan identitet, och kanske hade anknytningen till det kulturellt och geografiskt lokala sett annorlunda ut i förhållande till respondenterna med svensk etnicitet. Det är även fullt möjligt att etnicitet inte har betydelse för dessa frågor och inte hade haft någon som helst påverkan på resultatet. Undersökningens resultat tyder på att de för målgruppen intressanta nyheterna är de som berör, oavsett om det gäller indirekt eller direkt, och oavsett om det rör sig om internationella eller lokala nyheter. Ett möjligt "ointresse" av lokalnyheter skulle därför helt enkelt kunna förklaras med att dessa nyheter innefattar färre faktorer av nyhetsvärde än vad som i större utsträckning hittas hos de internationella nyheterna. Detta kan exempelvis avse det uppfattade omfånget av sensation, överraskning och elitpersoner.

Förutom dagspressbranschens oro över ett minskat intresse för lokala nyheter har vikten av dessa ur ett medborgarperspektiv även nämnts. Lokalnyheterna uppges bidra till att förstå medborgarna och samhället man lever i, att skapa och känna identitet, samt främja demokratin. Detta exempelvis via kommunal granskning och aktuella frågor som invånarna har rätt att ta del av och uttrycka sina åsikter om. Att den undersökta målgruppen i denna studie visar ett större intresse för internationella än lokala nyheter behöver dock inte bara innebära eventuella risker.



Det som även framgår av studiens resultat är hur målgruppens nyhetsanvändning i hög grad är utbredd och vid, att det läggs vikt på att ta del av helheten för att skapa en generell uppfattning snarare än att djupgående sätta sig in i en specifik händelse eller fråga. Om man sätter denna form av nyhetsintresse och -användning i perspektiv till dagens globaliserade samhälle kan man förstå hur detta intresse skulle kunna främja samhället och medborgarna på andra sätt än de lokala nyheterna. Viljan hos målgruppen att vara uppdaterad och allmänbildad om resten av världen, där man därför tar del av lite av allt i nyhetsväg, har i högsta grad möjlighet att bidra till en samhörighet och förståelse för något större än det lokala, nämligen det globala. Eftersom information och nyheter automatiskt tolkas utifrån individen och dennes situation sätts dessutom det lokala livet i perspektiv till den övriga världen, vilket även främjar förståelsen till och identitetskänslan med det lokala samhället. Man kan överväga om intresset för de internationella nyheterna är en naturlig del och anpassning till dagens samhälle i den rådande globaliseringen och om vikten av de lokala nyheterna på grund av detta är lika angelägen idag som den var förr.

I denna studie visade det sig även att målgruppen till viss del ansåg det finnas en vikt och relevans i lokala nyheter. Dock kan man med tanke på oviljan och ointresset att ta del av dessa nyheter dra slutsatsen att behovet av dem är svagt, samt att den låga användningen av de lokala nyheterna inte anses vara ett problem hos målgruppen. En möjlig förklaring kan vara att målgruppen anser att denna information kan tas del av på andra sätt. Utifrån studiens resultat framgår det vidare att det viktiga är *möjligheten* att ta del av lokala nyheter, snarare än att man faktiskt gör det. Samtidigt visar resultatet av undersökningen att målgruppen tar del av både lokala och internationella nyheter utan att de riktigt tänker på det, även om detta inte alltid sker via traditionella medier. Detta kan vara en förklaring till det ansedda mindre behovet, eftersom mycket information kommer till dem utan att de reflekterar över detta.

Denna undersökning bekräftar tidigare studier som visat att unga vuxna främst tar del av nyheter via digitala medier och däribland via de sociala medieplattformarna. Detta främst på grund av att de anses vara behändiga, snabba, uppdaterade och ge en bra allmän överblick över nyhetsflödet. De sociala medierna visade sig främst användas som ett komplement till nyhetsmedierna, men även som en inkörsport till vidare läsning.

En stor skillnad mellan sociala medier och andra nyhetsmedier som exempelvis nättidningar är att användarna har möjlighet att personligen prägla sitt nyhetsflöde utefter sitt eget intresse, vilket denna undersökning visar att de gör. De själva väljer exempelvis aktivt vilka de vill följa på Twitter eller vem de vill vara vän med på Facebook. Trots aktiva val i dessa situationer visar undersökningen att målgruppen inte alltid är medvetna om att de spenderar tid på nyhetsanvändning och därmed inte aktivt gör sina medieval. Man bör därför vara varsam med att utgå från att målgruppen endast tar del av nyheter i den utsträckning och via de kanaler som i denna studie redovisas. Det framgår att det ofta rör sig om en vana eller rutin vid nyhetsanvändning och medieval och att det ibland inte ens reflekteras över att nyheterna tas del av. I många fall handlar det om att individen är uttråkad och plockar fram telefonen för att ha något att göra. Detta gör det intressant att fundera över om detta beteende främst bygger på vanor och rutin och därmed motsäger UGT, eller om känslan av att vara uttråkad idag faktiskt kan ses som ett problem med behov och möjlighet att tillfredsställas via medier. Oavsett kan man dra slutsatsen att målgruppen till viss del aktivt söker upp nyheter, utan att för den sakens skull *aktivt* ta del av det de söker.

Denna undersökning ska vara till hjälp för studiens uppdragsgivare Dagspresskollegiet genom att bidra till en insikt i hur unga vuxna förhåller sig till de lokala och internationella begreppen när det gäller nyheter, samt vilka faktorer som kan tänkas påverka målgruppens medieanvändning. Studien erbjuder även relevant information för Dagspresskollegiets forskning och intresse för dagspressens utveckling. I och med den utvecklade medieteknologin är det troligt att dagspressens möjliga död inte uppfattas som ett problem hos den undersökta målgruppen. Det som skulle försvinna tillsammans med dagstidningen tros uppenbarligen vara möjligt att ta del av eller upplevas på andra sätt. Med tanke på målgruppens ovilja att själva

inhandla eller prenumerera på en dagstidning skulle den nämnda "traditionen" med papperstidningsläsande till morgonkaffet inte föras vidare. Avslutningsvis är risken därav stor att denna generation sätter punkt för den fysiska tidningen, en tanke som även delades av respondenterna.

*"Aldrig papperstidning för mig. Jag tror att våra föräldrar är sista generationen som läser papperstidningar"*

- Jonatan, uppvuxen i Lysekil, bosatt i Trollhättan

## 7.1 Förslag på fortsatt forskning

Något som hade varit intressant men svårt att genomföra skulle vara att om tio år åter igen utföra denna studie med samma intervjurespondenter. Detta för att se hur deras nuvarande fas i livet kan ha haft en påverkan på resultatet, eller om det i högsta grad berott på den utvecklade mediemarknaden och globaliseringen. Ett annat alternativ hade varit att göra en liknande undersökning med en målgrupp i ett äldre åldersspann, exempelvis 55-65 år – en generation som vuxit upp med dagstidningen i pappersformat och som enligt tidigare forskning har åsikten att internetbaserade nyheter endast kan komplettera nyheter i tidningar, radio och TV och inte ersätta dessa.<sup>222</sup> Samtidigt har denna generation delvis tagit till sig av den nya medieteknologin och upplevt en stor förändring under globaliseringens process, vilket skulle göra det intressant att undersöka deras inställning till medier såväl som till nyheter och nyhetsförmedling.

Det hade även varit intressant att göra en liknande studie med samma åldersspann som denna, men med arbetande, lågutbildade eller arbetslösa respondenter. Detta för att se om och i så fall hur resultatet skiljer sig mellan olika arbetar- och utbildningsklasser. Att inkludera respondenter med annat ursprung eller kulturell bakgrund än svensk hade även varit av intresse för att se på eventuella liknelser och skillnader påverkade av etnisk bakgrund. Slutligen skulle det vara intressant att utföra en liknande studie på ett internationellt plan, detta då medie- och nyhetsanvändning skiljer sig mellan olika länder. Exempelvis är Sverige ett av de högst rankade länderna i världen när det gäller tidningsupplaga per invånare.<sup>223</sup> På grund av detta vore det intressant att utföra samma studie i ett land där tidningsläsandet är mindre, för att sedan jämföra studiernas resultat.

---

<sup>222</sup> Andersson, 2012:460

<sup>223</sup> Mediekompass, 2012

## Källförteckning

---

Almgren Susanne & Holmgren Hjelm Yvonne (2010) *Ungdomar och lokalmedier*. Jönköping: Högsolan i Jönköping <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:360071/FULLTEXT01.pdf>).

Amster Harry (2014) *TV4 lägger ner de lokala nyheterna*. Publicerad 2014-04-09 i Svenska Dagbladet. [http://www.svd.se/kultur/tv4-lagger-ner-nyhetsprogram\\_3447874.svd](http://www.svd.se/kultur/tv4-lagger-ner-nyhetsprogram_3447874.svd) (Hämtad 2014-04-12)

Andersson Ulrika (2012) *Attityder till nyheter på nät och papper* ur Bergström Annika, Oskarsson Henrik & Weibull Lennart (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Andersson Ulrika & Weibull Lennart (2012) *Hur läser vi den lokala morgontidningen idag?* ur Bergström Annika, Oskarsson Henrik & Weibull Lennart (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Bergström Annika (2010) *Nyhetsvanor med lokal anknytning* ur Bergström Annika (red) *Västsvensk vardag*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Bibik Magdalena, Milton Filippa, Månsson Caroline & Svensson Linda (2003) *Kvalitet i kvalitativa undersökningar*. Lund: Ekonomiska Högskolan i Lunds Universitet <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1344970&fileId=2433327>

Business Region Göteborg (2013) *Nästa generation vill utomlands*. Publicerad 2013-04-10 (<http://www.businessregion.se/mappfornyheter/mappfornyheter2013/nastagenerationvillutomlands.5.69883edf13dd637064c557.html>) (Hämtad 2014-04-07)

Boije Edvin (2013) *Nyinflyttad och nöjd?* ur Bergström Annika & Ohlsson Jonas (red) *En region för alla?* Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Borgström, María (red.); Goldstein-Kyaga, Katrin (red.) (2006) *Gränsöverskridande identiteter i globaliseringens tid*. Huddinge: Södertörns högskola

Carstorp Göran (2014) *En global lokaljournalistik från Södermanlands Nyheter*. Publicerad 2014-02-17. <http://bloggar.sn.se/chefredaktoren/2014/02/17/en-global-lokaljournalistik/> (Hämtad 2014-04-10)

Dagens Nyheter (2011) *Livsfas avgör vad du köper*. Publicerad 2011-04-11 <http://www.dn.se/ekonomi/livsfas-avgor-vad-du-koper/> (Hämtad 2014-04-03)

DEMICOM (2013) *Dagspresskollegiet*. Publicerad 2013-11-18 <https://www.miun.se/sv/Forskning/Var-forskning/forskningscentra/demicom/Forskning/Projekt/Pagaende-projekt/Dagspresskollegiet/> (Hämtad 2014-04-10)

Didi Arvind & LaRose Robert (2006) *Getting hooked on news: uses and gratifications and the formation of new habits among college students in an internet environment* ur Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50 <http://www.heinonline.org.ezproxy.ub.gu.se/HOL/Page?handle=hein.journals/jbem50&id=197&collection=journals&index=journals/jbem#197>

- Drotner Kirsten, Bruhn Jensen Klaus, Poulsen Ib & Schröder Kim (1996) *Medier och kultur – En grundbok i medieanalys och medieteorier*. Lund: Studentlitteratur AB
- Eastin Matthew S & LaRose Robert (2004) *A social cognitive theory of internet uses and gratifications: Toward a new model of media attention* ur *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48  
<http://www.heinonline.org.ezproxy.ub.gu.se/HOL/Page?handle=hein.journals/jbem48&id=368&collection=journals&index=journals/jbem#386>
- Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik & Wägerud Lena (2012) *Metodpraktikan*. Stockholm: Norstedts Juridik AB
- Fichtelius Erik (2008) *Nyhetsjournalistik – tio gyllene regler*. Stockholm: Sveriges utbildningsradio AB
- Fiske John (1997) *Introduction to communication studies*. London: Routledge
- Flew Terry (2008) *New Media an introduction*. New York: Oxford University Press Inc
- Gren Martin & Hallin Per-Olof (2003) *Kulturgeografi, en ämnesteoritisk introduktion*. Malmö: Liber AB
- Hadenius Stig & Weibull Lennart (2003) *Massmedier – en bok om press, radio och tv*. Stockholm: Albert Bonniers förlag
- Hanson Jarice (2007) *24/7: How cell Phones and the Internet Change the Way We Live, Work, and Play*. USA: Praeger Publishers
- Hjarvard Stig (2001) *News in a globalized society* ur Hjarvard Stig, *Globalization and the role of news media*. Kungälv: Grafikerna Livéna i Kungälv AB. Nordicom, Göteborgs Universitet.
- Hjarvard Stig (2003) *A mediated world - The globalization of society and the role of media* ur Hjarvard Stig, *Media in a globalized society*. Köpenhamn: Museum Tusulanum Press
- Hvitfelt Håkan (1985) *På förstasidan – en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Allmänna Förlaget
- Hvitfelt Håkan & Nygren Gunnar (2002) *På väg mot medievärlden 2020*. Lund: Studentlitteratur AB
- Jansson André (2011) *Mediekultur och samhälle*. Lund: Studentlitteratur AB
- JMG (2011) *Dagpresskollegiet – Verksamhet*. Publicerad 2011-12-16  
[http://www.jmg.gu.se/forskning/avslutade\\_projekt/dagspresskollegiet/dagspresskollegiet\\_verksamhet/](http://www.jmg.gu.se/forskning/avslutade_projekt/dagspresskollegiet/dagspresskollegiet_verksamhet/) (Hämtad 2014-04-08)
- Johansson Bengt (2004) *Journalistikens nyhetsvärderingar* ur Nord Lars & Strömbäck Jesper (red.) *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB
- Lenas Sverker (2014) *Nyfikenheten för lokalt dalar*. Publicerad 2014-04-11 i Dagens Nyheter.  
<http://www.dn.se/kultur-noje/nyfikenheten-for-lokalt-dalar/> (Hämtad 2014-04-12)
- Lozanovski Jeanette & Wadbring Ingela (2013) *Unga nyheter*. Sundsvall: DEMICOM, Mittuniversitetet
- Lundholm Emma (2009) *Unga flyttar allt mer*. Publicerad 2009-04-19 i Framstag & Forskning.  
<http://fof.se/tidning/2009/4/unga-flyttar-alltmer> (Hämtad 2014-04-03)

- McQuail Denis (1997) *Audience Analysis*. London: SAGE Publications Inc
- McQuail Denis & Windahl Sven (1993) *Communication Models – for the study of mass communication*. New York: Longman Publishing
- Mediekompass (2012) *Fakta och statistik kring dagstidningar*.  
<http://www.mediekompass.se/arkiv/mediekunskap/fakta-dagstidningar> (Hämtad 2014-06-05)
- Nationalencyklopedin (2014) *Nyhet*. [http://www.ne.se/nyhet?i\\_whole\\_article=true](http://www.ne.se/nyhet?i_whole_article=true) (Hämtad 2014-04-13)
- Nygren Gunnar (2001) *Medier och medborgare i den digitala kommunen*. Stockholm: Journalistik, medier och kommunikation, JMK
- Nygren Gunnar (2004) *Lokaljournalistiken och den lokala demokratin* ur Nord Lars & Strömbäck Jesper. *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB
- Ohlsson Jonas (2013) *Ökade klyftor i nyhetsanvändningen* ur Bergström Annika & Ohlsson Jonas (red) *Vanor och attityder i förändring*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet
- Olsson Marina & Olsson Mats (2006) *Homo sapiens till homo zappiens*. Klintehamn: Krilon Förlag
- Sandhammar Kalle (2013) *Lokaljournalistik har ett värde*. Publicerad 2013-10-03 i Norrländska Socialdemokraten. <http://www.nsd.se/kronikor/lokal-journalistik-har-ett-varde-7888871.aspx> (Hämtad 2014-04-08)
- Sefton-Green Julian (1998) *Digital diversions: youth culture in the age of multimedia*. London: UCL Press
- Skogerbø Eli & Winsvold Marte (2011) *Audiences on the move? Use and assessment of local print and online newspapers*. ur *European Journal of Communication*. Storbritannien: SAGE Publications
- Strömbäck Jesper (2009) *Makt, medier och samhälle*. Kristianstad: SNS Förlag
- Stúr Elisabeth (2004) *Den globaliserade medievärlden* ur Nord Lars & Strömbäck Jesper (red.) *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB
- Sveriges Radio (2012) *Fler unga studerar på högskolan*. Publicerad 2012-09-13  
<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3993&artikel=5269538> (Hämtad 2014-06-05)
- Thompson, John B. (2001) *Medierna och moderniteten*. Uddevalla: Bokförlaget Daidalos
- Tursonovic Mirzet (2002) *Fokusgruppsintervjuer i teori och praktik*. Göteborg: Institutionen för sociologi och arbetsvetenskap, Göteborgs Universitet
- TV4-gruppen (2014) *TV4 lägger ner lokala nyhetssändningar – riksredaktionen förstärks med inrikesreportrar ute i landet*. Publicerad 2014-04-09  
<http://tv4gruppen.se/Pressmeddelanden/TV4-lagger-ned-lokala-nyhetssandningar--riksredaktionen-forstarks-med-inrikesreportrar-ute-i-landet/> (Hämtad 2014-04-12)
- Wadbring Ingela (2012) *Mätta morgontidningar* ur Bergström Annika, Oskarsson Henrik & Weibull Lennart (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Weibull Lennart (2012) *På väg mot en region? Regional orientering och lokalt nyhetsintresse* ur Bergström Annika & Ohlsson Jonas (red) *En region för alla?* Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Wellman Barry (1999) *Networks in the global village*. USA: Westview Press

Westlund Oscar (2012) *Nyhetsanvändning med mobil* ur Bergström Annika, Oskarsson Henrik & Weibull Lennart (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs Universitet

Wibeck Victoria (2010) *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur AB

# Bilaga 1 – intervjufrågor

---

## Grundläggande frågor

- Ålder
- Hemort
- Bostadsort, sedan hur länge
- Utbildar sig inom

## Om nyheter

- Berätta lite om vad ni anser vara en nyhet?
- Vad krävs för att en historia ska klassas som en nyhet?
- Vad gör en nyhet intressant?
- Anser ni att det finns olika typer av "nyheter"?

## Lokala nyheter

- Vad innebär begreppet lokalt för er?
- Hur definierar ni lokala nyheter?
- Har ni ett intresse för lokala nyheter? Varför/varför inte?
- Vad gör en lokal nyhet intressant?
- Har ni ett behov av lokala nyheter? Varför/varför inte?
- Anser ni att lokala nyheter är av vikt? Varför/varför inte?

## Internationella nyheter

- Vad klassar ni som internationellt?
- Vad innebär en internationell nyhet?
- Har ni ett intresse för internationella nyheter? Varför/varför inte?
- Vad gör en internationell nyhet intressant?
- Har ni ett behov av internationella nyheter? Varför/varför inte?

## Lokalt vs. internationellt

- Hur skulle ni beskriva ert intresse av lokala vs. internationella nyheter? Vad beror detta på?
- Anser ni det vara viktigt att hålla sig uppdaterad?
- Vad är viktigast att ta del av om man jämför lokala och internationella nyheter? Varför?
- Vad definierar en viktig nyhet för er?
- Tror ni intresset för dessa typer av nyheter skiljer sig nu från förr?

## Medieval

- Hur tar ni del av nyheter, genom vilka kanaler? Varför?
- Kan kanalvalet skilja sig åt beroende på om nyheten är lokal eller internationell? Varför/varför inte?
- Kan kanalvalet skilja sig åt beroende på vilken typ av nyhet det rör sig om? Sport/politik/nöje/ekonomi? Varför/varför inte?
- Vad anser ni om dagspressen och dess framtid?

## Avslutande frågor

- Ni har kommit fram till xxx och diskuterat yyy, är det något ni vill tillägga?