

JMG

Examensarbete i medie- och
kommunikationsvetenskap

2015-05-29

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

Information

ett demokratiskt fundament

En kvalitativ studie om hur nyanlända informerar sig

Författare: Erika Lek
Handledare: Mathias A. Färdigh
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Tack

Tack till Malin Winald på stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg för att du gav mig möjligheten att göra den här studien för er. Det har varit mycket givande och inspirerande!

Tack till Mathias för nyttig och värdefull handledning. Den har hjälpt mig vidga perspektiven.

Tack till familj och vänner för korrekturläsning och bearbetning av uppsatsens olika delar. Utan er hjälp hade uppsatsen inte blivit det den är: Emil, Viktoria, Sofia, Teres & Matilda.

Erika

Göteborg 28 maj 2015.

Abstract

Titel:	Information - ett demokratiskt fundament
Författare:	Erika Lek
Uppdragsgivare:	Stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg
Kurs:	Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet
Termin:	Vårterminen 2015
Handledare:	Mathias A. Färdigh
Sidantal:	30
Antal ord:	18 718
Syfte:	Att undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier.
Metod:	Kvalitativa fokusgruppsintervjuer
Material:	Fem fokusgruppsintervjuer med totalt 18 deltagare.
Huvudresultat:	Intervjupersonerna är flitiga användare av sociala medier och Facebook är det medium som används i störst utsträckning (flera gånger per dag). Alla utom två intervjupersoner hade en smart mobil vilket möjliggör informationssökning och användande av sociala medier på ett enkelt sätt. Intervjupersonerna är märkbart informationsdrivna så till vida att de vid upprepade tillfällen pratar om att det är viktigt med information och att informera sig. De är intresserade av nyheter i allmänhet och är angelägna om att veta så mycket som möjligt om Sverige. De vill helst kunna söka information på internet och tycker att Facebook är en bra kanal att få information genom och att föra dialog i. De har stort förtroende för svenska samhällsinstitutioner och har bra erfarenheter av möten med svenska myndighetspersoner. Vad som går att finna utifrån empirin så är intervjupersonernas motiv och drivkrafter att använda sociala medier ett behov av att ha koll på sin omvärld och att hålla kontakt med vänner och familj. Men det är också ett behov av underhållning och förströelse som tillfredställs liksom en form av avkoppling.
Sökord:	<i>nyanlända, sociala medier, information, demokrati, medier, förtroende, uses and gratification, Facebook</i>

Executive Summary

This study examines how immigrants in Sweden arrogate public information and how they use social media. This study aims to provide answers on how immigrants relate to media with a uses and gratification approach and by using research on media's role and importance in democratic society. Furthermore, it is of interest to find out about immigrants relationship with social institutions and what level of trust they have for public authorities. Trust is a significant matter when it comes to taking in information or not. There are greater chances of success in dialogue and communication if there is trust between all parties.

This study is a qualitative study using focus groups as the method of data collection. With a total of 18 respondents divided into five focus groups the interviews were held with the help of an interpreter. The uses of media among the respondents, the reason of their media usage and what satisfaction it gave them were issues discussed in the focus groups. What kind of information and news they were interested in was another topic that was looked into. A further discussion point was their trust in the Swedish authorities and the authorities in their home countries.

The results of the study show that the respondents are interested in news and information in general and mainly use smartphone for internet and social media to gain information and news. A major reason for the use of social media, particularly Facebook, is to stay in touch with friends and family who oftentimes are still in the home country. Another frequently used media was television. Several respondents indicated that they watched TV back home but many also watch TV in Sweden despite the fact that they not understand the language. Trust of the Swedish social institutions proved to be widespread among respondents. Several of them confirm good attitude and treatment that made them feel respected. Other motives for trust was that things that had been decided were also followed through, an experience unfamiliar to all respondents in their home countries. Only one of the respondents claimed to feel trust in their home countries authorities. All other respondents feel a complete lack of social institutions, which is how poorly it worked.

To conclude Facebook can be a very good channel for social institutions to communicate with immigrants. The respondents have proven to be enthusiastic users of social media and particularly Facebook.. They are interested in news and information in general, judging by the statements about how often they check their feed on Facebook and how much they use the Internet on their smartphones. The respondents also expressed they were eager to learn about what happens in the Swedish society and how the country works. Moreover, they say they trust the Swedish authorities. These factors should be seen as a good base to reach these individuals through social media.

Definitioner

Nyanlända – för den här uppsatsen lyder definitionen av nyanlända som följer: asylsökande kommande från länder utanför Europa och som varit i Sverige max två år.

Smart mobil – en direktöversättning av engelskans smart phone. En mobiltelefon som har tillgång till internet samt har ett operativsystem liknande en dator och som ofta har en pekskärm istället för hårda knappar. Andra funktioner som vanligtvis finns är GPS, musikspelare och kamera.

Flöde – (på eng. *feed*) Ett flöde är ett ställe på sociala medier där inlägg publiceras i löpande form. Ordet flöde kommer av att inläggen liksom flödar utan uppehåll och att det matas på flera inlägg hela tiden (därav engelska benämningen feed som betyder mata).

Innehåll

1	INLEDNING.....	1
2	BAKGRUND	2
2.1	PROBLEMATISERING	3
2.2	STUDIENS SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	4
3	TEORI, LITTERATUR OCH TIDIGARE FORSKNING	5
3.1	TEORETISK RAM.....	5
3.1.1	<i>Uses and gratification</i>	5
3.2	ATT INFORMERA SIG I ETT DEMOKRATISKT SAMHÄLLE	6
3.2.1	<i>Mediernas funktion i det demokratiska samhället</i>	6
3.2.2	<i>Ta del av nyheter – inte för alla</i>	7
3.2.3	<i>Ett invandraperspektiv på medieanvändning</i>	9
3.2.4	<i>Sociala medier – flera olika funktioner</i>	10
3.3	FÖRTROENDE	11
3.3.1	<i>Svenskars förtroende för samhällsinstitutioner</i>	12
3.4	FÖRANKRING AV STUDIEN I TEORI OCH TIDIGARE FORSKNING.....	13
4	METOD	14
4.1	KVALITATIV METOD	14
4.2	URVAL.....	15
4.3	GENOMFÖRANDE.....	15
4.4	KRITISK REFLEKTION.....	17
5	RESULTAT OCH ANALYS.....	18
5.1	SMARTA MOBILER OCH INTERNET	18
5.2	INFORMATIONSBEHOV HOS INTERVJUPERSONERNA	18
5.2.1	<i>Hur intervjupersonerna vill få information</i>	20
5.3	OLIKA KANALER FÖR OLIKA BEHOV	21
5.3.1	<i>Facebook och andra sociala medier</i>	21
5.3.2	<i>Tv och radio</i>	23
5.3.3	<i>Inte så mycket tidningsläsande</i>	24
5.4	FÖRTROENDE	24
5.5	RESULTATET I SAMMANDRAG	25
6	SLUTSATS OCH REFLEKTION	27
6.1	GILTIGHET OCH TILLFÖRLITLIGHET.....	28
6.2	EFTERTANKE	29
6.3	FÖRSLAG TILL STADSDELSFÖRVALTNINGEN ÖSTRA GÖTEBORG.....	30
6.3.1	<i>Förslagen i korthet</i>	30
6.4	FÖRSLAG PÅ VIDARE FORSKNING	30
7	REFERENSLISTA.....	31
	BILAGA 1: INTERVJUGUIDE.....	I
	BILAGA 2: FÖLJEBREV INTERVJUFÖRFRÅGAN	II

1 Inledning

Den här studien handlar om hur nyanlända skaffar sig samhällsinformation och hur de använder sociala medier. Med nyanlända avses i den här studien asylsökande kommande från länder utanför Europa och som har varit i Sverige max två år. Mycket svensk medieforskning är gjord i huvudsak på svenskar liksom mycket av den omfattande utländska forskning som finns är gjord i västerländska kulturer och ofta mot bakgrund av uses and gratification-modellen. Uses and gratification utgår ifrån att en individs olika behov tillfredsställs av medier av olika slag och dess innehåll (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Till exempel använder vi tv för underhållning men också för information och överblick av nyheter. Vidare tillfredsställer vi ett behov av gemenskap med andra när vi använder samma medium eller tar del av samma innehåll. Men hur förhåller det sig med individer som kommer från helt andra kulturer och med helt andra samhällsskick i deras hemländer? Är deras motiv det samma som det västerländsk forskning funnit? Kunskapen på forskningsfältet om hur nyanlända använder medier och varför är fortfarande låg. Sådan kunskap behövs för att nå fram med budskap och kunna föra en dialog. Ett större perspektiv är det demokratiska perspektivet och individers intresse för information generellt och nyheter specifikt. En demokrati bygger på att människor informerar sig och med kunskap är delaktiga i samhället inte minst genom att delta i demokratiska val. Den här studien undersöker nyanlända som inte är medborgare i svenska samhället ännu. Det får ändå ses som relevant att titta på demokratiska aspekter då de är invånare i samhället och en målgrupp för samhällsinstitutioner att förhålla sig till och föra dialog med. Vidare är det intressant att ta reda på hur det förhåller sig med förtroendet för samhällsinstitutioner bland de nyanlända då förtroende har betydelse för om en person tar till sig information och vill föra dialog. På uppdrag av stadsdelsförvaltningen i Östra Göteborg och med stöd i teori om förtroende och mediers funktion i ett demokratiskt samhälle ska den här studien undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett mer specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier utifrån uses and gratification-modellen.

2 Bakgrund

Ett demokratiskt samhälle bygger på att medborgarna är delaktiga i samhället. För att kunna delta som medborgare genom exempelvis valdeltagande behöver man informera sig om samhället. En stor källa till information är medier och det är mediernas roll att förse medborgarna med information som kan medverka till medborgarnas möjlighet att delta i samhället. I det demokratiska samhället bygger alla samhällsfunktioner, såsom polis, skola och vård, på att folket har valt politiska representanter till de styrande organ, exempelvis kommunstyrelser, som leder dessa institutioner vilka samhället består av och grundar sig på. Därmed är det också viktigt för dessa samhällsinstitutioner att berätta om sin verksamhet och föra dialog med medborgarna. För att sådan dialog ska vara fruktbar är det viktigt för avsändare att verka i rätt kanaler i förhållande till målgruppen som ska nås med kommunikationen. Det i sig förutsätter kunskap om målgruppen som till exempel vilka medier som används. En annan förutsättning är att målgruppen känner förtroende för avsändaren för att budskapet eller kommunikationen ska nå fram och tas in. Som samhällsinstitution är det viktigt att sådant förtroende för organisationen och verksamheten finns för att kunna föra dialog med medborgare. Förtroende för samhällsinstitutioner är något som SOM-institutet gjort mätningar på sedan 1986. De visar bland annat att institutioner som universitet/högskolor, sjukvården och polisen återkommande får höga förtroendesiffror, medan institutioner som EU-parlamentet, EU-kommissionen samt de politiska partierna får låga siffror (Holmberg & Weibull, 2014).

Forskning om sociala medier och nyanlända är ett begränsat område. Det finns mycket forskning om medieanvändning för svenskar där framförallt SOM-institutet och Nordicom är de som kontinuerligt genomför studier på området medieanvändning. Problemet med dessa undersökningar är att nyanlända inte fångas upp. Därmed är kunskapen låg om hur dessa individer informerar sig och använder sig av medier generellt och sociala medier specifikt. Den samhälleliga nyttan med studien skulle vara att samhällsinstitutioner som kommer i kontakt med nyanlända på ett tidigt stadium, som migrationsverket, socialkontor, försäkringskassan och polis exempelvis, kan använda sig av resultatet av den här studien. Inte minst olika kommunala förvaltningar i Göteborg som på ett tidigt stadie kommer i kontakt med nyanlända i olika ärenden.

Uppdragsgivaren för den här studien är stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg vilka erbjuder kommunal service till cirka 47 000 invånare i Bergsjön, Gamlestaden, Kortedala, Kviberg och Utby. Servicen, såväl som stöd och tjänster, består av till exempel förskola, skola, kultur, fritid, kommunal hälso- och sjukvård, omsorg för individer och familjer samt omsorg för äldre och personer med funktionsnedsättning. Förvaltningen arbetar också med samhällsplanering, trygghet, miljö och folkhälsa i stadsdelen (Östra Göteborg, Göteborgs stad, 2015).

Förvaltningen vill förstärka och förbättra formerna för kommunikation med invånarna i stadsdelen. Stadsdelen har en hög andel utrikesfödda invånare och är en av de stadsdelar i Göteborg som tar emot flest nyanlända just nu, 2014 och 2015. År 2014 kom 3000 nyanlända till Östra Göteborg och prognosen för 2015 ser likvärdig ut. Nyanlända är en grupp invånare vars kommunikations- och informationsbehov och -vanor förvaltningen saknar kunskap om. Sociala medier är en typ av kanal som antas att nyanlända både har anledning och teknisk möjlighet att använda sig av. Något som stadsdelsförvaltningen i Östra Göteborg undrar över är om sociala medier skulle kunna vara en kanal för förvaltningens verksamheter att möta de nyanlända. Dagens kommunikation från stadsdelsförvaltningens verksamheter sker från respektive verksamhet med

möjlighet till stöttning från kommunikationsavdelningen i stadsdelsförvaltningen. En ingång till information från stadsdelen Östra Göteborg är via webbplatsen som är länkad från Göteborgs stads webbplats, goteborg.se. Där kan besökaren hitta aktuellt-artiklar liksom organisation- och kontaktuppgifter. I dagsläget finns det ingen egen tidning som går ut till hushållen i stadsdelen och det finns ingen inlaga i tidningen Nordost, som är en lokal tidning i stadsdelen, eller någon annan tidning. 2013 gjorde stadsdelsförvaltningen, tillsammans med Utveckling Nordost, två inlagor i tidningen Metro i syfte att marknadsföra stadsdelen. Då en specifik kommunikation behöver göras, till exempel information om sportlovsaktiviteter i stadsdelen eller bibliotekets höstprogram, kan det göras utskick om detta. Annan kommunikation kan vara trycksaker som är riktade till specifika målgrupper och som placeras ut på strategiska ställen i stadsdelen som vårdcentral, BVC, bibliotek och medborgarkontor (Winald, 2015).

Flera verksamheter i stadsdelsförvaltningen har egna Facebook-sidor och stadsdelskontoret lanserade sin Facebook-sida 15 april i år. Tanken med sidan är att få ut information samt att föra en dialog med invånarna. Det framgår av sidan att det går att ställa frågor till stadsdelsförvaltningen och att svar ska erhållas inom 24 timmar. Göteborgs stad har i dagsläget ingen ”dela i sociala medier”-funktion från sin hemsida men då både intranät och goteborg.se är under utveckling är det möjligt att det kan ändras i framtiden (Winald, 2015).

Kommunikationsavdelningen i stadsdelsförvaltningen kan ta egna initiativ till kommunikation då de finner ett behov. Men i det läget står fortfarande respektive verksamhet, exempelvis skolan, som informationsägare. Göteborgs stad har ett kommunikationsprogram som fungerar som direktiv att följa vid kommunikation. I den ingår informationspolicy, kommunikationsstrategi, grafisk profil och mallar. Vad gäller kommunikation specifikt riktad till nyanlända så finns det ingen sådan från stadsdelsförvaltningen i nuläget. Centralt i staden så har Social resursförvaltning till uppgift att ta emot nyanlända genom att bland annat ta med dem på stadsrundvandring och hjälpa dem orientera sig i det svenska samhället och i Göteborgs stad. I övrigt kommer stadsdelsförvaltningen i kontakt med nyanlända genom olika verksamheter såsom skola, förskola och socialkontor (Winald, 2015).

Speciellt för den här situationen är att uppdragsgivaren efterfrågar att just social medieanvändningen ska undersökas, vilket kan motiveras av att migranter i mindre utsträckning tar del av traditionella medier som dagstidningar, vilket är känt från tidigare SOM-undersökningar (Andersson, 2005). Dagstidningar och annan press är en kanal som kommunen kan använda för att kommunicera med sina invånare förutom sin egna webbplats. Men framförallt är internet och sociala medier kanaler som är lätta att använda för både avsändare och mottagare.

2.1 Problematisering

Den här studien kommer att luta sig mot tidigare forskning och empiri som handlar om mediers funktion, inklusive sociala mediers funktion, och demokratiska aspekter av det, förtroendet för medier och samhällsinstanser. Är det relevant att fundera kring mediers funktion och individers förtroende för samhällets institutioner när undersökningen handlar om hur en given grupp individer använder sig av sociala medier, något som den här studien ämnar göra? I detta fall ska det undersökas mot bakgrund av ett behov hos en given samhällsinstitution, nämligen stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg, tillika uppdragsgivare för den här studien. För att lyckas kommunicera med sina invånare behövs kunskap om dem som målgrupp. Framförallt behövs kunskap om hur de skaffar information vilket vidare ger kunskap om vilka kanaler målgruppen nås

genom. Det är också bra att veta till vilken grad mottagaren av kommunikationen generellt är intresserad av det samhälle individen lever i, det vill säga om det finns ett samhällsintresse liksom ett politiskt intresse. Det är aspekter att beakta ifall det saknas politiskt och samhällsligt intresse kan antas att invånare inte tar till sig sådan information och än mindre söker sådan information. Varför politiskt intresse är intressant att känna till något om har att göra med det faktum att politiken har stor betydelse för människors välfärd (Nord & Strömbäck, 2012). Om det finns ett politiskt intresse kan det antas ge en känsla av inflytande över sitt välbefinnande samt en påverkan på det samhälle individen lever i. Vilket torde hänga ihop med ett intresse av och engagemang för att informera sig på olika sätt. Vidare är det av värde att känna till huruvida mottagaren av kommunikationen har någon barriär för avsändaren, något som kan orsakas av lågt förtroende för avsändaren till exempel. Denna kunskap är intressant för denna studie då det kan hjälpa till att analysera resultatet av studien. Tanken är att fråga intervjupersonerna om förtroende för samhällsinstitutioner då det hänger samman med kommunikationen mellan kommun och invånare. Upplevs inget förtroende för avsändaren av kommunikationen är det heller inte sannolikt att den uppmärksammas. Varför det är intressant att veta hur svenskars förtroende är för svenska myndigheter är för att det kan visa sig att det är liknande hos nyanlända. Vidare är det givetvis en tillgång att ha kunskap om hur och varför individer använder sig av sociala medier, för att inte riskera att lägga resurser på fel kommunikationsvägar. Litteratur och tidigare forskning som senare tas upp knyter an till ovanstående områden: mediernas funktion i samhället och den demokratiska aspekten av det, vilka behov medier tillfredsställer hos individen samt förtroendet för samhällsinstitutioner. Sammantaget kommer detta att hjälpa till att tolka resultatet av den här studien.

2.2 Studiens syfte och frågeställningar

Syftet med den här studien är att undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier. Resultatet av studien kan bidra till att öka kunskapen om hur uppdragsgivaren kan nå och komma i kontakt med sina invånare och då specifikt nyanlända i stadsdelen Östra Göteborg. För att uppfylla syftet tas följande frågeställningar till hjälp:

– På vilket sätt skaffar sig intervjupersonerna samhällsinformation?

Här är avsikten att fånga upp på vilket sätt de informerar sig. Om det är via olika medier, inklusive sociala medier, informella vägar såsom bekanta och grannar eller om det sker via specifika platser som biblioteket eller på socialkontoret.

– Vilket förtroende har intervjupersonerna för olika samhällsinstitutioner i allmänhet och svenska i synnerhet?

Detta är av betydelse när en samhällsinstitution ska kommunicera med invånare, att känna till vilket förhållningssätt mottagaren har till avsändaren av kommunikationen. Det har bäring för hur och om mottagaren tar till sig kommunikationen.

3 Teori, litteratur och tidigare forskning

3.1 Teoretisk ram

Ramverket för den här studien har sin utgångspunkt i två områden: *hur man som invånare informerar sig i ett demokratiskt samhälle* samt *förtroende för samhällsinstitutioner*. Det första området handlar om vilken funktion medier har och den demokratiska aspekten av mediers roll i samhället. Detta avsnitt innefattar även tidigare forskning om sociala medier. Det andra området tar upp förtroendets roll i samhället, vad det innebär att ha förtroende för samhällsinstitutioner samt svenskars förtroende för myndigheter.

3.1.1 Uses and gratification

Uses and gratification är ett begrepp inom medieforskningen och formulerades som ett sådant från början av Katz, Blumler och Gurevitch (1974). Det hade sin uppkomst i tidigare forskning som de ansåg brast på flera punkter när mediers funktion för användaren skulle förklaras. Bland annat hade det inte gjorts kopplingar mellan den tillfredställelse som användaren upplevde och bakomliggande psykologiska och sociologiska mekanismer. Katz med flera punktade upp vad nyare forskning sammantaget hade börjat ta hänsyn till i sina studier, faktorer som framkommit var viktiga att beakta vid studie av människans användande av media. De var (1) sociala och psykologiska ursprunget av (2) det behov som genererar (3) förväntningar på (4) det massmedium, eller andra kanaler, som leder fram till (5) olika mönster i medieexponering vilket (6) resulterar i tillfredställande av behov och (7) andra konsekvenser (Katz et al., 1974, s 510). Men de sociala och psykologiska faktorerna (1) kräver i sig sin strukturering:

1. Den sociala situationen skapar spänningar och konflikter vilket massmediakonsumtion tar udden av (Katz and Foulkes, 1962).
2. Den sociala situationen skapar ett problemmedvetande vilket kräver information vilken inhämtas i media (Edelstein, 1973).
3. Den sociala situationen erbjuder ringa möjligheter att tillgodose verkliga behov där massmedia erbjuder ett substitut (Rosengren and Windahl, 1972).
4. Den sociala situationen ger upphov till vissa värden som bekräftas eller förstärks och där nyttjandet av ett givet mediematerial överensstämmer med dessa värden (Dembo, 1972).
5. Den sociala situationen ger upphov till förväntningar om en viss förtrogenhet med mediematerial vilken ger tillgång till en given gemenskap utifrån denna förtrogenhet (Atkins, 1972) (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974, s. 517).

En enklare och mer kortfattad version av en individs relation till medier och den behållning som ges är följande: 1) generell kunskap och information, 2) identitetsbildning, 3) socialisering och social interaktion, 4) delaktighet med samhället, 5) eskapism och pleasure samt 6) strukturering av tillvaron (Elliot, 1997, ss. 81-82).

Med uses and gratifications görs det möjligt att förstå varför en individ använder sig av ett visst medium och till vilken nytta, vilket behov hen tänker sig tillfredsställa med nyttjandet samt allt utifrån en given kontext. Om det till exempel är det specifika innehållet som lockar utifrån ett behov av att veta mer om något, om det är ett tidsfördriv i brist på annat att göra eller om användandet uppfyller bilden av en själv som en person önskar vara.

Modellen *uses and gratifications* ligger till grund för den här studien. Den kommer att hjälpa till att förstå och förklara användningen av medier och mycket av den tidigare forskning som tas upp här *uses and gratifications* som bas och utgångspunkt.

3.2 Att informera sig i ett demokratiskt samhälle

Att kunna informera sig är av allra högsta betydelse för att kunna fungera i ett demokratiskt samhälle som bygger på att människan kan påverka samhället. Hur väl en demokrati fungerar bygger således på medborgarnas förmåga att informera sig, deras inställning till att engagera sig politiskt liksom inställning till de styrande. Demokratier bygger också på att det finns en norm i samhället att man som medborgare ska informera sig och vara delaktig, till exempel delta i val (Oscarsson, 2013). I ett demokratiskt samhälle sker mycket av den informationen via samhällets fria medier. Dels genom den rapportering som sker av medierna själva på eget bevåg. Men samhällets institutioner använder sig även av massmedier för att informera sig till sina invånare. För att kunna tillgodogöra sig sådan information är det givetvis en fördel om man som medborgare har tillgång till medier. Siffror från 2013 visar att 66 % av befolkningen läser någon dagstidning en genomsnittlig dag, inklusive dagstidningarnas nätversioner (Nordicom (a), 2015). Men vad som styr tidningsläsandet är språk- och intellektuell förmåga (Andersson, 2005). Där den första förmågan är något som nyanlända asylflyktingar som regel saknar initialt och även är bristfällig efter en tid i det nya landet.

3.2.1 Mediernas funktion i det demokratiska samhället

För att kunna verka som medborgare med både rättigheter och skyldigheter i ett demokratiskt samhälle behöver hen bilda sig sina egna uppfattningar om hur saker fungerar. Det är här medierna fyller en funktion genom att förse medborgarna med information om samhället. Kent Asp skriver om mediernas funktion så här:

[...] i en demokrati bör medier arbeta för förverkligandet av folkviljan genom att underlätta för fritt utbyte av idéer. Mediernas huvuduppgift i en demokrati är att bidra till fri och självständig opinionsbildning i samhället (Asp, 2007, s.32).

Medierna har även till uppgift att granska makten i det demokratiska samhället och föra fram i ljuset eventuella brister och missförhållanden (Asp, 2007). Jostein Gripsrud skriver också om mediernas funktion, bland annat formulerar han det som att: medierna hjälper oss att tala om vad det innebär att vara invånare i Sverige (Gripsrud, 2011, s.21). Medierna bidrar till att förstå omvärlden och det samhälle vi lever i liksom hjälper oss att förstå oss själva. Oavsett om man som invånare bor i norra Sverige eller ute på en ö så nås du av samma nyheter i ett land, vilket bidrar till att skapa en känsla av gemenskap. Mediernas rapportering ger oss bilden av hur det ligger till med den värld vi lever i liksom den lilla ort vi bor på. Konsumtionen av massmedia, menar Gripsrud, är ett tecken på den sociala varelse vi är, vårt behov av att ingå i en gemenskap samt känna till något om denna gemenskap. Nyheter är en förutsättning för att vi ska kunna vara samhällsmedlemmar och politiska medborgare vilket vidare är existentiellt för demokratin. (Gripsrud, 2011).

Vad gäller nyhetsmedier så använder vi dessa för olika behov som vi har av information och nyheter. Behoven kan exempelvis vara snabb överblick av nyhetsläget liksom uppdatering av nyheterna vilket tillfredsställs av radio och tv och av internet. När det kommer till fördjupning är papperstidningar och internet/datorn de ledande kanalerna för att tillfredsställa det behovet (Westlund & Ekström, 2014). Särskilda händelser som stora kriser av typen Utøya sommaren 2011

så föredras information via traditionella medier, specifikt etermedia, framför sociala medier (Nord, 2012; Westlund & Ekström, 2014).

3.2.2 Ta del av nyheter – inte för alla

Hur en individ kan informera sig hänger samman med demografiska aspekter såsom ålder, etnicitet och utbildning. *Nya svenskar och svenska medier* (Andersson, 2005) tar bland annat upp demografiska aspekter för medieanvändning. Till exempel så minskar chansen att en person läser en morgontidning ju längre bort från Sveriges gränser personen har sitt ursprung. Vidare så är resurssvaga en grupp som i mindre utsträckning läser tidningar där resurssvaga syftar till socioekonomiska resuser. Men även graden av integration för en individ påverkar läsandet. Är man som individ mindre integrerad minskar läsandet (Andersson, 2005). Ur ett demokratiskt perspektiv är detta ett problem då allas röster i det demokratiska samhället inte blir lika mycket hörda, alla blir inte lika mycket representerade då delaktigheten är av lägre grad än vad någon som påläst är och därmed mer delaktig och integrerad i samhället.

Alla tar alltså inte del av nyheter. Men det är till och med så att det finns de som medvetet undviker dem, så kallade nyhetsundvikare, eller som det engelska och mer etablerade begreppet news-avoider. På grund av det stora utbud av olika mediekanaler som finns idag, alla tv-kanaler, alla streamingtjänster liksom allt annat som finns att tillgå via internet är det idag möjligt att konsumera media utan att komma i närheten av nyheter. (Wadbring, 2013). Vidare har även Jesper Strömbäck, Monica Djerf-Pierre och Adam Shehata studerat förekomsten om news-avoiders och dess motsats som kallas news-seekers, alltså någon som aktivt söker upp nyheter. Studien undersöker hur nyhetskonsumtionen har förändrats över tid, från 1986, då SOM-institutet började göra sina mätningar av folket, fram till 2013. Förutom en synlig förändring i själva konsumtionen så har det skett en avsevärd förändring i utbud och tillgång till medier av olika slag, som nämndes ovan. Valmöjligheten är nästintill oändlig idag jämfört med 30 år sedan. När valmöjligheten är så stor så ökar betydelsen av individens egna preferenser vid val av media, eftersom det finns möjlighet till det. Förr utgjordes valet mot bakgrund av ett mer ringa utbud, som mediekonsument fick man ta vad som fanns och då kom säkerligen något med ”på köpet” som inte uppskattades lika mycket som något annat. Detta innebär att det förr togs del av nyheter vare sig det fanns intresse eller ej. Idag är det enkelt att välja bort nyheter som inte är intresserar en. Samtidigt finns det ett större utbud av nyheter idag så för dem som är intresserade så finns det mycket mer att välja på vilket uppmuntrar till att själv söka upp de nyheter som önskas (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013).

Att möjligheten för att välja och välja bort har ökat kan få demokratiska konsekvenser. Väljs nyheter bort så påverkar det den politiska kunskapen och medvetenheten, då det finns tydliga kopplingar mellan nyhetskonsumtion och politiskt intresse, vilket i förlängningen påverkar ens handlande och agerande som medborgare, vilket vidare påverkar demokratin. Att tillskansa sig information, att vilja informera sig och skaffa sig kunskap har en mycket större koppling till motivation och personliga preferenser än tidigare just på grund av valmöjligheterna i mediekonsumtion. Modellen för att förklara detta med, sambandet mellan medieval och politisk förmåga, kallas OMA, *opportunities, motivations and abilities* vilket är engelska för möjlighet, motivation och förmåga. Dessa är i sin tur villkor för att ett beteende, som till exempel beteendet att följa nyheter. Faktorerna motivation och förmåga är individuella faktorer, alltså något man som

individ själv råder över. Möjlighet däremot, eller tillfällighet är en bättre översättning i sammanhanget, är avhängigt en kontext som mediekonsumenten allena inte råder över. Detta medför att den miljö som medierna verkar i, den stora konkurrensen om publiken, får stor betydelse för vad som leder fram till beteendet att läsa nyheter. Men på grund av det stora och varierande utbudet av media i sin tur så krävs ett större mått av de båda individuella faktorerna motivation och förmåga för att ta till sig nyhetsmedier. Saknas intresse eller om det finns en upplevelse av att inte ha förmåga att ta till sig innehållet så är chansen, eller risken, stor att nyhetsmedier väljs bort. Å andra sidan, om motivationen och förmågan finns så är chansen större att du söker dig till nyhetsmedier och tar del av nyheter i större utsträckning idag just för att möjligheten finns. Därmed så kommer såväl andelen news-avoiders som news-seekers att öka i framtiden och gapet dem emellan kommer att bli större. Detta innebär stora utmaningar för demokratiska länder i framtiden, att stora grupper i större utsträckning, genom nyhetsundvikande, står utanför samhället (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013).

Förr pratade man inom forskningen om ålderskillnader i mediekonsumtion i den meningen att vissa åldersgrupper i mindre utsträckning tog del av nyheter. Men att det förändrades i takt med att livet förändrades. Idag handlar det mera om generationsskillnader vilket syftar till att olika generationer kännetecknas av olika beteenden. Till exempel åttiotalisterna som är internetgenerationen. De kommer att förbli detta, det är inget som kommer att upphöra med deras åldrande så som förr sas när det pratades om ålderskillnader. I och med övergången till generationsskillnader från ålderskillnader kan inte längre sägas att en viss generation med stor sannolikhet kommer att anamma ett nytt beteende längre fram i livet, som att unga idag kommer att börja ta del av mer nyheter via traditionell media när de blir äldre. Däremot kommer deras nuvarande beteende att troligtvis bestå, men det behöver inte innebära att de inte kommer att ta del av nyheter. Till exempel är det numera vanligt att artiklar från nyhetsmedier delas i flöden i sociala medier och på så vis kommer grupper till del som annars inte tar del av nyheter på traditionellt vis. (Wadbring, 2013).

Att skaffa sig samhällsnyttig information är alltså viktigt för individen i ett demokratiskt samhälle, som behöver ta ställning och kunna fatta beslut efter eget huvud. Som tidigare framförts så krävs tillgång till medier för detta. Vilket leder in på ämnet *media literacy* som är ett engelskt uttryck som kan översättas till media-kunnande eller förmågan att använda sig av medier och dess innehåll. Definitionen lyder: förmågan att ta till sig, värdera och skapa meddelanden i en rad olika former (Livingstone, 2010). Vilket handlar om att kritiskt analysera och att lära sig skapa egna meddelanden i text, ljud, bild och multimedia (Hobbs, 1998). *Media literacy*, per definition, inbegriper det den nya tekniken och nya medier i dagens samhälle, såsom internet och sociala medier? Det frågar sig Sonia Livingstone i sin artikel *Media Literacy and the challenge of new information and communication technologies* (2010). Då det är på internet och bland annat i sociala medier som många människor idag informerar sig får det inte glömmas av att fundera över huruvida människor är förmögna att använda sig av den digitala tekniken. Sonia Livingstone menar att läskunnighet i förlängningen måste ses som "[...] ett resultat av interaktiva förbindelser mellan teknik och användare." (Livingstone, 2010, s. 12). Media literacy hänger samman med vad som kallas den digitala klyftan. Statistiken över hur svenska befolkningen använder och har tillgång till internet visar på höga siffror, en stor andel har såväl tillgång som använder internet dagligen (Nordicom (b), 2014). Men det behöver inte innebära att det finns en förmåga att använda sig av den digitala

tekniken på ett sätt som gynnar en som medborgare i ett demokratiskt samhälle, det att förse sig själv med relevant information. Begreppet digital klyfta syftades från början på klyftan mellan de som hade dator och de som inte hade dator. Idag innebär begreppet klyftan mellan de som har tillgång till internet och de som inte har det. Modern forskning menar dock att det är ett begränsat synsätt att titta på digitala klyftan. Forskningen menar att klyftan snarare består i förmågan att använda sig av internets enorma utbud och funktioner och de som inte har den förmågan. Exempel på internet-kompetens (egen översättning av engelskans internet skills) är operativa färdigheter (kompetens att hantera datorer och nätverkshårdvara- och mjukvara), formell informationskompetens (förmågan att förstå och hantera de formella egenskaperna hos en dator och ett nätverk såsom filstrukturer och hyperlänkar), omfattande informationskompetens (förmågan att hitta, välja, bearbeta och värdera information i specifika källor av datorer och nätverk), och strategisk kompetens (kapacitet att använda uppgifter som medel för särskilda mål och för det allmänna målet att förbättra sin ställning i samhället) (van Deursen & van Dijk, 2010, s. 895). Med tanke på internets funktion som ”det viktigaste kommunikationsmedlet i dagens samhälle” (van Deursen & van Dijk, 2010, s. 894) blir den digitala klyftan ett demokratiproblem så till vida att förmågan att informera sig är en förutsättning i det demokratiska samhället. En studie som gjorts i Nederländerna visar att en stor del av befolkningen saknar relevant internet-kompetens som forskarna menar är nödvändiga för människor att besitta i dagens samhälle. Det som saknas enligt forskarna är informations- och strategisk kompetens och det räcker inte att kunna hantera en dator. När informations- och strategisk kompetens saknas blir det svårare för människor att tillgodogöra sig de samhällstjänster- och funktioner som i allt högre grad sker på internet (van Deursen & van Dijk, 2010).

3.2.3 Ett invandrarperspektiv på medieanvändning

Ackulturation är ett begrepp som är besläktat med assimilering men som mer syftar till att två kulturer smälter samman till en ny kultur jämfört med assimilering som syftar till en total anpassning till och anammande av en ny kultur. En studie som gjorts på kinesiska invandrare i Silicon Valley i Kalifornien, USA, ville titta på förhållandet mellan massmediaanvändning och ackulturationen av kinesiska invandrare i USA (Hwang & He, 1999). Studien visar att immigranterna i mångt och mycket håller fast vid kinesiska medier även i det nya landet. För dessa respondenter fanns tillgång till ett stort antal kinesisk media som dagstidningar och magasin men även etermedia som tv-kanaler och radio. På grund av detta saknas ett incitament för dem att använda engelsktalande media. Enda gången de ”tvingas” använda engelsktalande media är i bilen där inget på kinesiska finns att tillgå på AM- eller FM-frekvens. En annan betydande anledning till att de kinesiska invandrarna primärt använder kinesisktalande media är att de är mer bekväma med att använda dessa än de engelsktalande. Detta gällde även för dem som talade mycket engelska, exempelvis på arbetet, men att de hade ett behov av att vila från engelskan hemma. För de respondenter som visade på en högre grad av ackulturation fann forskarna tre tongivande behov 1) engelska-förmåga 2) att förvärva sig juridisk och finansiell information 3) bekant med värdlandets kultur och sedvanor (Hwang & He, 1999, s. 16).

Om integration, eller social delaktighet, är ett informationsproblem frågar sig författarna till artikeln *Information practices of immigrants* (Caidi, Allard, & Quirke, 2010). De menar att kommunikationsbarriärer, okunskap om värdlandet, dåliga socioekonomiska resurser liksom avsaknaden av att kunna tillämpa sig utbildningen från hemlandet allt är informationsproblem i

någon utsträckning. Det innebär att det ställs stora utmaningar på de som ska förmedla information till migranter på ett professionellt plan, exempelvis från myndighetshåll. Utmaningar som består i att ”förstå hur migranterna söker information, vilka behov de har, vilka seder och bruk de har anammat och anpassat sig till och vilka potentiella barriärer de stöter på” (Caidi, Allard, & Quirke, 2010, s. 493). Utan adekvat information riskerar migranter att ställas utanför samhället (Caidi, Allard, & Quirke, 2010). Den demokratiska aspekten av detta är, återigen, att utan information blir det svårare att ta del av det demokratiska samhället där du förväntas informera dig, göra val och fatta beslut grundat på kunskap.

3.2.4 Sociala medier – flera olika funktioner

Användningen av sociala medier är klart utbredd i det svenska samhället liksom i hela världen men där det givetvis är skillnader i utbredningen. Men bara Facebook själv har 1,4 miljarder användare världen över (första kvartalet 2015) enligt statista.com (2015) och av svenskarna är det 64 % som använder Facebook enligt .se internetstatistik från 23 oktober 2014 (Nilsson, 2015). Med dessa siffror i bakhuvudet och denna studies syfte är det intressant att titta på kopplingen mellan användningen av sociala medier och politiskt engagemang då politiskt intresse har samband med behovet av information. 2010 var det exempelvis 15 % som angav att de skrivit på namninsamlingar i sociala medier jämfört med 13 % som angett att det gjort samma sak på papper. Vidare uppgav sju procent att de skrivit ett inlägg eller en debattartikel i sociala medier jämfört med fyra procent i traditionella medier (exempelvis ”fria ord”) (Gustavsson & Höglund, 2011). Detta är intressant då det ger en bild av att användare av sociala medier inte är mindre politiskt- och samhällsintresserade än icke-användare. Delningen av nyhetsartiklar i sociala medier är ett annat tecken på engagemang för nyheter och samhälle. Idag är nyhetsredaktionerna inte ensamma förmedlare av sina nyheter. Likväl som att en person aktivt går in på en nyhetssajt så kan samma nyheter flöda i de sociala medierna delade om och om igen av alla användare (Wadbring & Ödmark, 2014). Finns det ett intresse för samhället och politik i kombination med att individen är användare av sociala medier så är det intressant för den här studien vars syfte är att undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier.

Mycket forskning som finns om sociala nätverk behandlar dessa som helt och hållet homogena platser och att Facebook främst används för att skapa kontakter och att dessa kontakter är liknande dem som görs offline. Men nyare forskning visar att det är en mer komplex bild av vilka som använder Facebook liksom varför det används. Författarna till artikeln *Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use* (Smocka, Ellison, Lampe, & Wohn, 2011) argumenterar för att det tvärtom många gånger är en mycket diversifierad plattform som tillhandahåller många olika funktioner. Med uses and gratification som angreppssätt har de undersökt Facebook som en samling verktyg för kommunikation snarare än som en uniform plattform. Exempelvis att det finns användare med stort socialt kapital liksom det finns ensamma användare. Vidare att Facebook används för att skapa helt nya kontakter eller för att hålla kontakt med nära vänner. Om man tänker på det omfattande antalet funktioner som Facebook erbjuder är det möjligt att betrakta Facebook som en verktyglåda redo att nyttjas efter egna önskemål. Att det är en samling av kommunikationsmöjligheter snarare än en uniform plattform. Studien visar att det är skillnad på hur personer använder de olika funktionerna beroende på vilken typ av användare personen är. Författarna uppmanar att vidare forskning ska ta hänsyn till att det är skillnad på vilka

funktioner som används och att Facebook och andra sociala medier inte ska studeras som en enhet vilket individer använder sig av som en helhet. Det är olika motivationer som styr och tillfredsställer olika saker hos användarna (Smocka, Ellison, Lampec, & Wohn, 2011).

Med stöd i bland annat uses and gratifications har forskare studerat motivationen till varför individer deltar i communitys online, i det här fallet sajten Everything2.com (Lampe, Wash, Velasquez, & Ozkaya, 2010). De fann att användare fortsätter att använda en sajt av andra orsaker än det som först ledde dem dit. Bland annat var det en stor andel som kom till sajten för information men där en del av dessa sedan stannade kvar av andra skäl som till exempel underhållning eller för att tillhandahålla information. Författarna förklarar detta med en skillnad i tillfredsställelse i sökande och tillfredsställelse i vad man som användare erhåller. En annan viktig upptäckt i studien var att för alla användare var känslan av att tillhöra viktig för att fortsätta vara på sajten. Huruvida användaren valde att bidra till innehållet eller inte tycktes ha att göra med sociala och kognitiva faktorer snarare än om det var enkelt att göra det (Lampe, Wash, Velasquez, & Ozkaya, 2010).

Annan forskning visar samband mellan att använda sociala medier och känslor av att ha ett socialt kapital (Burke, Marlow, & Lento, 2010). I studien fann forskarna att riktad kommunikation var förenat med en känsla av förstärkt socialt kapital och minskade känslan av ensamhet. Men samtidigt fann forskarna att av de som konsumerade en hög nivå av innehållet i sociala medier så ökade känslan av ensamhet istället för känslan av att förstärka eller tillskansa sig nytt socialt kapital. Riktad kommunikation är ett resultat av vänskap såväl som medel för att underhålla vänskap. Men studien visar också att många aktiviteter på många vänners konton inte betyder att individen erhåller ett stort socialt kapital. För detta krävs att individen har någon form av åtminstone svag förbindelse eller ett sammanhang som bidrar till att socialt kapital kan upplevas hos användaren (Burke, Marlow, & Lento, 2010).

I sin studie om motivation och delaktighet i sociala nätverk har Dholokia Bagozzi och Klein Pearo (2004) stolpat upp fem saker som bidrar till sådan motivation: fritt översatt är dessa fem 1) ändamålsenligt i den meningen att det finns en ren instrumentell funktion i att skicka och ta emot information till exempel, 2) en social aspekt där motivationen ligger i att få sociala resurser och ökad självkänedom, 3) att hålla kontakt med andra människor i syfte att få socialt stöd och vänskap, 4) att bekräfta sin sociala status i en gemenskap och slutligen 5) att bli underhållen genom att exempelvis spela eller på annat sätt interagera med andra användare eller att få koppla av.

3.3 Förtroende

Förtroendet för samhällsinstitutioner bygger på flera saker och beror av flera saker. Inom forskningen åtskiljs omständigheter som rör individen som har förtroende för något och omständigheter som rör institutioner som förtroendet gäller för liksom förtroendet för de vägar som finns mellan individ och institution, till exempel massmedier eller direktkontakt. Forskningen stolpar upp sex byggstenar som ligger till grund för att förtroende ska kunna skapas. Första (1) byggstenen handlar om en institutions förmåga att utföra det den ska, alltså kompetens, där hypotesen är att bättre förmåga ger högre förtroende. Den andra (2) byggstenen är integritet som handlar om att institutionen ska utföra sitt arbete på ett bra sätt där opartiskhet och rättvisa är viktiga bitar. Den tredje (3) byggstenen är medkänsla/empati. Forskningen menar att förtroendet stärks om arbetet görs med medkänsla och välvilja. Den fjärde (4) byggstenen är öppenhet och

transparens vilket innebär att det är lättare att känna förtroende för sådant vi ser och har insyn i jämfört med om det hade skett i det fördolda. Det är svårt att hysa förtroende för hemlighetsmakeri. Byggsten 5 är så kallat värdegemenskap. Det innebär att det vi känner oss bekanta med, de som vi upplever delar våra egna värderingar, känner vi större förtroende för än det vi inte känner till alternativt inte delar värderingar med. Detta gäller för människa till människa men också mellan människa och institution. Den sista (6) byggstenen som påverkar förtroendet är närhet vilket handlar om hur nära anknytning man har till varandra eller till institutionen, eller hur mycket erfarenhet en individ har av institutionens verksamhet. Hypotesen är att institutionsanställda och brukare har större förtroende än de som inte är anställda eller är brukare (Holmberg & Weibull, 2013, s.99). Närhet kan i sin tur innebära olika saker. Som just nämnts under byggsten (6) så är erfarenhet och anknytning en typ av närhet, något som går att likställa med engagemang. Upplevs engagemang för en institution, till exempel som anställd, så ökar förtroendet. Andra närhetsfaktorer är beroende och kunskap (Holmberg & Weibull, 2014).

Om förtroendet till samhällsinstitutionen medier skriver Maria Elliot i sin doktorsavhandling *Förtroendet för medierna* (1997). Medierna har en stor betydelse i människors liv inte minst för att medierna är en stor och viktig informationskälla som tidigare skrivits om i den här uppsatsen. De har en viktig roll i att skapa förtroende hos medborgarna för andra samhällsinstitutioner, särskilt i den globaliserade värld som är idag. Förr var samhället mycket mer lokalt förankrat och kunskapen en medborgare hade om samhället byggde i mångt och mycket på kunskaper som erhållits genom egna erfarenheter. Idag är samhället större och som medborgare skaffar man sig kunskap på en sekundär nivå, det vill säga inte bara på grund av egna erfarenheter. Samhället är också ett risksamhälle, beskriver Elliot det, där medborgarna tvingas förlita sig på andra i områden som man själv behärskade i jordbrukarsamhället exempelvis. Idag finns expertisen på annat håll vilket gör att förtroendet byggs på kunskap snarare än egna erfarenheter och förmågor. Det är där medierna kommer in i bilden och vikten av att förmedla en bild av samhället och bidra till kunskap hos medborgarna som i förlängningen skapar förtroende för samhällsinstitutionerna: ”Risksamhället kräver förtroende, och förtroende kräver en viss kunskap.” (Elliot, 1997, s. 84). Den förmedling av fakta och verklighetsbeskrivningar som medierna bidrar med, och inte minst på vilket sätt det sker, har i sin tur betydelse för vilket förtroende de själva åtnjuter hos medborgarna (Elliot, 1997).

3.3.1 Svenskars förtroende för samhällsinstitutioner

Om svenskars förtroende för svenska myndigheter och institutioner har det gjorts mätningar av mellan 1986 och 2007 av SOM-institutet vilka sammanfattas i rapporten *Förtroende för myndigheter* (Johansson & Rönnerstrand, 2007). Mätningarna visar en svagt nedåtgående trend genomgående för alla institutioner medan det går att se att de som känner störst förtroende generellt är yngre och högtbildade. Vidare är det ingen större skillnad över sociala grupper hur förtroendet är för olika institutioner. Dock kan man se en könsskillnad och författarna pratar om kvinnliga respektive manliga institutioner vilka de båda könen hyser olika mycket förtroende för. Kvinnliga institutioner är polisen, domstolarna och kungahuset och manliga är storföretagen och riksbanken (Johansson & Rönnerstrand, 2007).

Intressant för den här studien är att bland svenskar är förtroendet för kommunstyrelser något svagt enligt SOM-undersökningarna för 2013 (Holmberg & Weibull, 2014). Den stora andelen anger att man varken har stort eller litet förtroende för kommunstyrelserna samt en större andel som anger att man har litet förtroende jämfört med de som anger att de känner stort förtroende för

kommunstyrelserna. Förtroendet för kommunstyrelserna är också något som är på nedåtgående sedan mätningar 2010. Dagspressen är en annan institution som är intressant för den här studien liksom radio och tv. För dagspress är förtroendet varken högt eller lågt sett på hela befolkningen medan radio/tv har en högre andel som anger större ett förtroende. Institutioner som åtnjuter stort förtroende bland svenskarna är bland annat universitet/högskolor, sjukvården och polisen (Holmberg & Weibull, 2014).

Generellt sett är förtroendet för samhällets institutioner större bland yngre än bland äldre liksom de med hög utbildning har generellt större förtroende än de med låg utbildning. Det är tämligen små skillnader i förtroendet i förhållande till kön. Bara en liten signifikant skillnad har uppmäts och det gäller för polisen där kvinnorna känner något större förtroende än männen (Holmberg & Weibull, 2014).

När det kommer till att förklara varför vissa institutioner åtnjuter större förtroende än andra har forskarna tittat närmare på indikatorer för närhet, som tidigare beskrivits som en viktig byggsten för att skapa förtroende, för åtta samhällsinstitutioner: sjukvården, bankerna, grundskolorna, universitet/högskolor, politiska partier, Svenska kyrkan, fackliga organisationer samt dagspressen. Relevant för den här studien skulle närmast vara de politiska partierna som får ses som den institution som ligger närmast i typ av institution som kommunstyrelserna samt dagspressen. För dagspressen framkom att oavsett om man prenumererar (indikator på närhet) eller ej så är förtroendet i stort sett detsamma. Den största andelen anger varken stort eller litet förtroende. Förtroendet för de politiska partierna är, inte oväntat, större bland dem som är medlem (indikator på närhet) än bland dem som inte är det, samt ytterligare större bland medlemmar med uppdrag (Holmberg & Weibull, 2014). Det går att dra en parallell till förtroendet för kommunstyrelser, som var varken stort eller litet, och anta att förklaringsgrunderna är likartade; om en person har ett politiskt uppdrag i kommunstyrelsen är det sannolikt att denne känner ett större förtroende för kommunstyrelserna än om en anknytning helt saknas. För att förankra ytterligare till den här studien kan antas att samma förhållande gäller för stadsdelsförvaltningen. Någon form av anknytning ökar chansen för ett större förtroende.

3.4 Förankring av studien i teori och tidigare forskning

Att känna förtroende för något eller någon kräver en viss kunskap om detta något eller den personen. Det vi inte vet något om är svårt att lita på (Holmberg & Weibull, 2014). Med förtroende för en samhällsinstitution ökar chansen till dialog och delaktighet. För att skaffa kunskap och information används medier och många gånger massmedier. Dessa har en central roll i det demokratiska samhället genom att förmedla nyheter och information till medborgarna om samhället (Gripsrud, 2011; Nord & Strömbäck, 2012). Att som medborgare och invånare i det demokratiska samhället är det nödvändigt att informera sig om det samhälle man som invånare lever i för att kunna tillgodogöra sig de rättigheter ett demokratiskt samhälle erbjuder. Det innefattar inte minst migranter som kommer till ett nytt land. Utan adekvat information om hur samhället fungerar är det svårt att komma in i samhället och risken för utanförskap är större. Det innebär att de som ska förmedla sådan information, exempelvis en samhällsinstitution, är medvetna om migranternas behov och kontext (Caidi, Allard, & Quirke, 2010). Vidare är det viktigt för en samhällsinstitution att känna sin målgrupp: vilka de är samt hur och var de nås. Kunskap om sociala medier och incitamenten för att använda sociala medier är här en viktig kunskap.

4 Metod

4.1 Kvalitativ metod

Metodvalet är kvalitativ ansats med fokusgrupper som metod för datainsamling. Intresset av att försöka fånga in det som inte går att förutse om intervjupersonerna är anledningen till den valda metoden. Vad kan tänkas vara förklaringsgrunderna till användandet av givna medier och är det i så fall detsamma som den forskning som finns visar? Kännedomen om intervjupersonerna (nyanlända boende i Sverige max två år kommandes från länder utanför Europa) är tämligen låg från början där en stor okunskap bland annat är hur de konsumerar media. En intervjusituation öppnar upp för följdfrågor som på förhand inte kan förutses och som ger en utökad förståelse för intervjupersonerna. Särskilt när intervjupersonerna har sitt ursprung i en sådan väsentlig annorlunda kultur än vår egen. Fokusgrupper kan användas när personer som tillhör samma indelningsgrupp, det vill säga nyanlända till Sverige kommandes från länder utanför Europa, ska intervjuas. Fokusgrupper, precis som med individuella intervjuer, anses lämpliga när personers uppfattningar och attityder om något ämne vill fångas upp. Skillnaden mot individuella intervjuer är interaktionen som kan locka fram tankar hos deltagarna i en fokusgrupp som är mer spontana och som förmodligen inte lockats fram av sig självt i en individuell intervju (Kvale & Brinkmann, 2014; Ekström & Larsson, 2013). Utifrån detta anses fokusgrupper vara en lämplig metod för denna studie där det finns goda chanser att fånga in intressant och ny information från intervjupersonerna.

En annan möjlig metod är kvantitativ metod med enkätfrågor. Som syftet var designat till en början hade det en mer deskriptiv karaktär: att undersöka hur nyanlända använder sociala medier. I det läget hade en kvantitativ frågeundersökning lämpat sig väl då det är relativt enkelt att konstruera frågor som vill beskriva hur något är i en enkät (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2012). Men allt eftersom arbetet med uppsatsen fortlöpt har ett syfte med mera kvalitativa drag än det ursprungliga syftet framträtt. Det ursprungliga syftet kvarstår alltjämt men har utvecklats till att rymma en mer generell del jämte en specifik del: att undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier. Triangulering är ytterligare ett tillvägagångssätt som kan nämnas i sammanhanget och som hade kunnat vara en möjlig metod för denna uppgift. Ett möjligt förfarande hade kunnat vara en enkät i ett första steg med relativt enkla frågor som tar reda på saker som användning av datorer, smarta mobiler, tidningar etcetera samt hur ofta detta i så fall används. Resultatet av enkäten kunde således användas för att gå på djupet i samtalsintervjuer med några väl valda respondenter utifrån enkäten (Ekström & Larsson, 2013). Men då det ges möjlighet att ställa sådana frågor som ställs i en enkät även i en intervju, som fokusgrupper, prioriteras tiden till att hitta lämpliga och möjliga intervjupersoner, med förvisning om att fokusgrupper ger fullgott resultat för syftet för den här studien.

Vidare är ansatsen för den här studien deduktiv i den meningen att resultaten av datainsamlingen kommer att analyseras och tolkas inom ramen för tidigare forskning och teori på området media och kommunikation (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2012; Ekström & Larsson, 2013). Det finns mycket forskning om sociala medier kopplat till uses and gratification liksom det finns mycket forskning om förtroende för samhällsinstitutioner vilka en bråkdel utgör ramen för den här studien. Den teoretiska ramen liksom syfte och frågeställningar ligger till grund för den

intervjuguide som används under intervjuerna (Ekström & Larsson, 2013; Kvale & Brinkmann, 2014). Mer om hur intervjuguiden användes och hur intervjuerna gick till finns att läsa om i avsnittet genomförande.

4.2 Urval

Urvalet är strategiskt, eller ändamålsenligt, gjort efter vad som har kunnat vara möjligt att genomföra inom ramen för tiden som uppsatsarbetet ger (Ekström & Larsson, 2013). För det här uppdraget är populationen nyanlända asylsökande från länder utanför Europa som bott i Sverige i max två år. Det är gruppen som uppdragsgivaren vill veta något om och som syftet bygger på. Att få tag på representanter för denna grupp är en vanskelig uppgift. Därför är populationen vidgad att gälla även före detta asylsökande som har beviljats uppehållstillstånd. Från början var tanken att bara intervjua vuxna men här görs ytterligare en utvidgning med 16-åringar för att på så vis bredda urvalsunderlaget. Dessa båda åtgärder ökar chansen att få tag på möjliga intervjupersoner men bedöms samtidigt inte påverka studiens syfte. Möjligheten att välja enligt olika typer av urval som variationsurval, stratifierat urval, typurval eller kritiska fall har varit kraftigt begränsade utifrån uppdragets natur. Urvalet görs istället på ett mer pragmatiskt sätt på Introduktionsskolan i Bergsjön i Östra Göteborg och består av skolans elever och deras målsmän. Urvalet utgörs även av (vuxna) elever vid enheten Integrationscentrum Göteborg. Konsekvenser av att välja ut intervjupersoner på detta sätt är att man som forskare riskerar att missa syftet med studien i och med att risken finns att fel personer intervjuas. Men, som tidigare nämnts, så bedöms inte de val som görs med avseende på urvalsprocessen påverka studiens syfte. Dock finns det inslag av variationsurval så till vida att när det är möjligt att välja från vilket land möjliga intervjupersoner kommer så väljs de som kommer från Somalia och Syrien i första hand. Det är också en avgränsning som görs då Somalia och Syrien är de två länder som det kommer flest asylsökande från i dagsläget, till Sverige såväl som till Östra Göteborg (Migrationsverket, 2015).

4.3 Genomförande

Med hjälp av Introduktionsenheten i Östra Göteborg kontaktades skolungdomar för att via dem nå deras målsmän. Trettio stycken elever fick med sig ett följebrev hem att lämna till sina målsmän. Vilka elever som fick ett följebrev grundades på deras hemland samt genom ett bekvämlighetsurval i det fall där det fanns fler att välja på än önskvärt (Yin, 2013). Bekvämlighetsurvalet i detta fall bestod i att lämna ett följebrev till elever i en och samma klass. Här är på sin plats att understryka, och som tidigare nämnts, att urvalet är gjort på pragmatiska grunder. Möjligheten som uppstod i Introduktionsenhetens hjälp bedömdes allt för värdefull för att inte ta till vara. Därmed har övervägandet gjorts att ett mer vetenskapligt riktigt tillvägagångssätt får stå tillbaka till förmån för att faktiskt komma i kontakt med möjliga intervjupersoner. Det faktiska antalet blev genom denna lösning tio stycken. Och som tidigare nämnts vidgades urvalet att innefatta även 16-åringar samt personer från Integrationscentrum Göteborg. Intervjupersonerna består således av 18 personer, vars hemländer är Somalia, Syrien samt en person från Marocko och av de 18 intervjupersonerna är tio asylsökande och åtta stycken har fått uppehållstillstånd.

De 18 intervjupersonerna är fördelade på fem fokusgrupper. Antalet per grupp varierar kraftigt med allt från en person upp till åtta personer. Två fokusgrupper består av 16-åringar där den ena gruppen består av fyra ungdomar från Somalia och den andra gruppen av en från Syrien och en från Marocko. Könsfördelningen är sju kvinnor och elva män. Vad gäller lämpligt antal deltagare i

en fokusgrupp samt hur många intervjuer som är lämpligt så är forskare inte helt överrens om detta. Det som förespråkas i antal deltagare är allt från fyra personer upp till 12 personer och antal intervjuer varierar mellan tre och sex stycken (Ekström & Larsson, 2013). Anledningen till den ojämn fördelningen i den här studien är att det ibland helt enkelt inte dök upp fler intervjupersoner än en eller två. Vid andra tillfällen erbjöds det bara ett tillfälle för intervju med de intervjupersoner som anmält sitt intresse att delta varpå gruppen bestod av alla dessa. Fokusgruppen med en person får den konsekvensen att intervjupersonen inte hade någon annan att interagera med, vilket var tanken med valet av fokusgrupper som metod. Fokusgruppen med två deltagare får också konsekvensen av mindre interagerande än vad som var avsikten med metodvalet. Sammantaget blev ändå antalet intervjupersoner gott nog då tre fokusgrupper bestod av tre, fyra respektive åtta deltagare, vilket får anses bra sett till omständigheterna med att hitta intervjupersoner för studiens ändamål.

Fokusgruppsintervjuerna genomfördes med hjälp av en intervjuguide. Den var semistrukturerad i den meningen att konkreta frågor stod att följa under olika delar, vilka i sig följde ett upplägg som studien bygger på, men där det inte var nödvändigt att frågorna ställdes i exakt den ordning som de var uppställda i intervjuguiden (Widerberg, 2002; Ekström & Larsson, 2013). En så kallad samtalsordning tillämpades snarare än en så kallad logisk ordning (Ekström & Larsson, 2013). Sammansättningens form valdes utifrån etniciteten i första hand, eller närmare bestämt språket. Det skulle vara mindre lämpligt att ha två olika språk som talades i samma grupp, det skulle vara opraktiskt helt enkelt. Grupperna var således separerade (Ekström & Larsson, 2013). Ett annat skäl att separera somalier och syrier är den förmodade trygghetsfaktor som det innebär att samtala i en grupp med personer som får en att känna sig bekväm. Vilket får antas att komma från samma land och tala samma språk innebär. Det är en nog så viktig aspekt att ta hänsyn till vid intervjuer, det att deltagarna ska känna sig bekväma. Detta för att få ut så mycket som möjligt av intervjun (Kvale & Brinkmann, 2014; Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2012; Ekström & Larsson, 2013; Widerberg, 2002).

Språkbarriären som består i att intervjuare och intervjupersoner inte talar samma språk kan medföra att samtalet blir något stolpigt vilket eventuellt kan hindra spontaniteten. Det var också många gånger upplevelsen av fokusgrupperna. Däremot överglänstes ofta det av den vilja och intresse av att förmedla sig som visades sig hos flertalet intervjupersoner. En annan risk är att nyanserna försvinner, vilket till stor del beror på tolkens förmåga och kompetens att översätta åt båda håll. Samtidigt finns det också en fördel med att intervjuare och intervjuperson inte talar samma språk. Risken med att anta att den andre förstår vad som menas vid användning av specialord- eller uttryck minskar och därmed minskar risken för feltolkningar (Yin, 2013).

Etiska aspekter vid den här studien har beaktats så till vida att deltagarna, intervjupersonerna, har fått information om ändamålet för studien. Vidare har intervjupersonerna fått veta att de kommer att behandlas konfidentiellt på så vis att deras namn och vilka de är förblir anonymt i studien. De har blivit informerade om att det endast är det som sägs och om det är av en man eller kvinna samt åldern som förmedlas vidare i studien. Det är också framfört att det endast är jag, studenten, som lyssnar på det inspelade materialet.

4.4 Kritisk reflektion

Intervjupersonerna blev kallade via sina barn vilka fick med sig ett följebrev i form av en lapp hem till sina målsmän med en förfrågan om att delta i intervju. Detta förfaringssätt är väldigt opålitligt vilket också skulle visa sig i det antal som dök upp på första intervjudagen: ingen kom den dagen. De två följande intervjuerna resulterade i en respektive tre deltagare. Det var naivt att tro att det skulle komma deltagare till intervjun genom att skicka med lappar med skolbarn hem till sina målsmän. Samtidigt är det svårt att komma i kontakt med vuxna som inte finns på en given plats. Det är lättare med barn vilka går att få tag på genom skolan, som i detta fall. Kontaktsättet med lappar till målsmän via barn övergavs därmed och ett mer kontrollerat sätt gjordes för att få tag på fler potentiella intervjupersoner. Genom att kontakta Social resursförvaltning och enheten Integrationscentrum Göteborg, dit nyanlända vuxna som beviljats uppehållstillstånd blir hänvisade, fick jag lov att besöka en klass med somalier, och med hjälp av läraren som tolk, själv fråga dem om några ville ställa upp på gruppintervju. Härigenom fångades ytterligare åtta intervjupersoner in. En risk med strategiska urval är bland annat att inte träffa rätt i urvalet, att urvalet inte harmoniserar med syftet till fullo. Men, som även tidigare diskuterats i avsnittet urval, trots det pragmatiska tillvägagångssättet blev urvalet tillfredsställande och får anses möta syftet bra. Etniciteten som är representerad i urvalet är de etniciteter, som tidigare nämnts, som är vanligast förekommande just nu av de nyanlända utanför Europa, Syrien och Somalia. Åldrarna är en ganska god spridning på, mellan 21 och 60 år av de vuxna intervjupersonerna, liksom könsfördelningen som var sju kvinnor och elva män. Trots att urvalet vidgades att gälla personer som beviljats uppehållstillstånd bedömdes att dessa inte skiljer sig avsevärt från den ursprungliga populationen så till vida att deras beteende och förhållningssätt till medier får anses stämma väl överrens. Särskilt då det skulle visa sig att ingen av de tillkommande hade varit i Sverige längre än ett år och nio månader, alltså inom ramen för den tid i Sverige som var tänkt för den ursprungliga populationen. Därmed får sägas att validiteten är god så till vida att urvalet svarar mot vad den här studien ämnar undersöka.

Intervjugenomförandet var inte en helt enkel uppgift. Dels det faktum att intervjua som teknik är svårt för någon som inte är van, dels det faktum att intervjuerna genomfördes med hjälp av tolk vilket i sig är en försvårande omständighet. Särskilt som det var en ny tolk vid varje tillfälle. Svårigheten med tolk var att inte veta om tolken förstod mig rätt och därmed översatte så som jag hade tänkt mig frågorna. Åt andra hållet var det svårt att veta om tolken lyckades förmedla vad intervjupersonerna svarat. Då bara två av fem tolkar var professionella tolkar finns risken att de tre som inte var professionella tolkar gjorde egna tolkningar av frågor och svar, omedvetet och medvetet. Så det ger att resultatet är färgat inte bara av mina egna tolkningar utan även av tolkens tolkningar av såväl mina frågor som intervjupersonernas svar. En ytterligare aspekt av intervju med två olika språk inblandade är möjligheten att ett ord inte har samma innebörd på de olika språken. Till exempel ett till synes enkelt ord som nyheter. I ett givet sammanhang på svenska är det självklart att ordet nyheter förstås som något som nyhetsmedier rapporterar om, men det behöver inte betyda att det är detsamma på somaliska eller arabiska. Trots svårigheterna som upplevdes med tolksituationen och den egna upplevda bristande kompetensen får sägas att reliabiliteten anses tillräckligt god. Även att olika tolkar använts och en varierad intervjuteknik förekommit så har ett likartat resultat framkommit vid de olika fokusgrupperna. Något som talar för en god reliabilitet och jag menar därigenom att resultatet bör stå sig om fler intervjuer görs.

5 Resultat och analys

Resultatet presenteras här mot bakgrund av den teoriram som presenterats tidigare i uppsatsen. Analysen sker löpande och tar avstamp i uses and gratification och den tidigare forskning som presenterats i uppsatsen och som handlar om hur man som invånare informerar sig i ett demokratiskt samhälle samt förtroende för samhällsinstitutioner. Vid de ställen där det faller sig naturligt kommer jag att för enkelhetens skull omnämna alla intervjutillfällen som fokusgrupper även då det första intervjutillfället bara bestod av en delatagare och tredje av två delatagare.

5.1 Smarta mobiler och internet

Gemensamt för nästan hela gruppen intervjupersoner är att alla utom två, det vill säga 16 av 18 stycken, hade en smart mobil här i Sverige. Ingen uppgav att de hade en dator i hemmet här i Sverige. Vad gällde tillgången till internet via smart mobil eller dator i hemlandet uppgav de flesta av intervjupersonerna att de hade smart mobil i hemlandet liksom de flesta uppgav att de hade tillgång till dator genom exempelvis internetcaféer. Några få hade dator i hemmet. Så det ger resultatet att flertalet intervjupersoner har tillgång till internet såväl i Sverige som i hemländerna. Med tillgång menas här att de använder internet på daglig basis som minst men ofta betydligt mer än så, det vill säga många gånger per dag, eller som flera intervjupersoner vittnat: hela tiden! och som följande citat får vara talande för:

Om man inte har smartphone har man inget liv, typ.

Somalisk kille, 16 år.

Här bör också förtydligas att internet för intervjupersonerna varit synonymt med applikationer i mobilen som Facebook och andra sociala medier. Det innebär att samtalet i fokusgrupperna ibland börjat handla om internet och därefter glidit över att handla om sociala medier. För resultatets del märks det så till vida att innehållet i empirin består till stor del av information om intervjupersonernas användande och relation till sociala medier och Facebook specifikt.

5.2 Informationsbehov hos intervjupersonerna

Den samlande bilden av intervjupersonernas förhållande till information är att det är en stor angelägenhet för dem. Oavsett ålder så ger de uttryck för att information och nyheter är viktigt. Att det är viktigt att ha koll, att veta vad som händer hemma i hemlandet liksom här i Sverige, eller att ”veta allt” som en av 16-åringarna uttryckte det. Några intervjupersoner ger uttryck för ett mer allvarsamt förhållningssätt till nyheter och information så till vida att de är angelägna om att skaffa sig kunskap på ett djupare plan. Andra säger sig vara intresserade av nyheter därför att det är viktigt att veta vad som pågår i deras hemländer då det är oroligt där och de är oroliga för sina släktingar. Förmågan att informera sig är en grundbult i en demokrati (Oscarsson, 2013) och de här intervjupersonerna ger uttryck för att information är viktigt för delaktigheten i såväl samhället som i ett mindre sammanhang som kontakten med vänner och familj. Ytterligare förhållningssätt till information handlar om att inte missa något i sitt flöde på Facebook snarare än ett behov av att ta till sig innehållet på ett detaljerat plan. Någon uppger att hen inte är intresserad av nyheter annat än det som handlar om sport och musik. Detta kan kopplas till vad Westlund och Ekström skriver om, att nyhetsmedier tillgodoser olika behov (Westlund & Ekström, 2014): på Facebook finns nyhetsmedierna i form av digitala artiklar och kanalen erbjuder flera möjligheter att stilla olika behov: antingen för att skumma igenom rubriker eller gå på djupet. Intresset för nyheter är varierande hos intervjupersonerna utifrån vad de själva uppger. Det är i allmänna ordalag de säger

sig vara intresserade av nyheter samtidigt som de även vittnar om att de ständigt kollar sitt flöde på Facebook där de säger sig följa nyhetsmedier bland annat. Någon säger sig vara så pass intresserad att hon har ”kopplat alla nyhetskanaler” till Facebook. Detta skulle kunna tolkas som en typ av news-seeker (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013), det att någon aktivt söker sig till nyheter. Trots det omfattande användandet av sociala medier specifikt men även tv (som tas upp längre fram) och alla möjligheter till att ta del av olika medier så tycks inte intervjupersonerna vara sådana som aktivt undviker nyheter, vilket inom medieforskning benämns som news-avoider (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013; Wadbring, 2013). OMA, *opportunities, motivations, abilities*, är villkor för att följa nyheter. Opportunities, det vill säga möjligheter, är något som man som individ inte själv råder över medan de två andra, motivation och förmåga är individuella faktorer som en person själv kan påverka. När det kommer till motivation och förmåga får sägas att intervjupersonerna ger uttryck för att ha båda dessa egenskaper (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013). Intresset för politik hänger samman med tillgången på information. Intervjupersonernas informationstillgång är god och även deras behov är stort. Huruvida de är intresserade av politik varierar när de tillfrågas om det. Några få uppger att de är intresserade av politik på en direkt fråga om det. En person uttrycker det så här:

*Ja, jag är mycket intresserad av politik. Men du vet,
vår verklighet är någon annan, vi har problem i vårt hemland.*
Somalisk man, 30 år.

När de andra tillfrågades om de instämde i detta höll flera uttryckligen med. Dock finns det andra utsagor hos intervjupersonerna som skulle kunna tolkas som politiskt intresse och engagemang. Till exempel, som tidigare nämnts, uppger alla att information är viktigt eller åtminstone ger uttryck för att de informerar sig mycket på olika sätt. Vad mera är återkommer intervjupersonerna ofta till att de är intresserade av vad som händer i deras hemländer. Många gånger därför att de har familj, släktingar och vänner kvar. Men att vara intresserad av vad som händer kräver ett visst mått av intresse och kunskap om händelserna i hemlandet. Vilket i sig kan tolkas som ett mått på politiskt intresse vilket i sin tur kan kopplas till forskningen om sociala medier och eventuell negativ effekt på det politiska engagemanget (Gustavsson & Höglund, 2011).

Det blev tydligt att intervjupersonerna tänkte på informationssökning som synonymt med internet då de allra flesta gav sådana exempel. Närapå ingen kom spontant att tänka på andra informationskällor såsom tidningar och böcker. Bara en person uppger att hon skaffade information på annat sätt och det var genom att fråga sin man. Samma intervjuperson hade inte någon egen mobiltelefon. En person sammanfattar vad flera instämmer i under den största fokusgruppen:

*Det beror på vem man är som person, vad man gillar. Men alla är olika och det beror på vilket behov man har eller vilket problem man har, om man vill ha nyheter, eller om man är orolig för sin familj.
Beror på vilket ärende jag har, ibland är jag affärsman, ibland är jag familjefar eller ibland är jag kund och vill köpa nånting.*
Somalisk man, 35 år.

Uses and gratification-modellen innefattar en kategori som handlar om behovet av information och kunskap. Det att vi använder medier för att tillfredsställa vårt informationsbehov. Det som intervjupersonerna främst ger uttryck för är en överblick av nyhetsläget liksom en överblick av hur

saker fungerar här i Sverige. Det är informationsinhämtning på ett övergripande plan snarare än en fördjupning av kunskap (Elliot, 1997; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Intervjupersonernas informationsbehov går också att koppla till vad Dholakia med flera redogör för i sin studie, nämligen att det finns fem saker som ger motivation till att använda sociala medier. Applicerbart på resultatet ovan är vad forskarna kallar för ändamålsenlig användning vilken innefattar instrumentell funktion. Det vill säga funktion som möjliggör att skicka och ta emot information (Dholakia, Bagozzi, & Klein Pearo, 2004).

Vad gäller samhällsinformation specifikt vittnar flera intervjupersoner om att de har gått kurser här i Sverige om hur det svenska samhället fungerar, bland annat på Integrationscentrum. Någon angav att de fått information via arbetsförmedlingen. Flera uppgav att det finns sidor på nätet med information om Sverige på somaliska liksom ett par berättade om den arabiska sidan Al Kompis¹. Den samlande bilden av fokusgrupperna är att intervjupersonerna är välinformerade, att det finns en medvetenhet om var de kan få information och hur de går tillväga. En studie från Kanada kommer fram till att integration är ett informationsproblem (Caidi, Allard, & Quirke, 2010). En avvikande bild ger en man som berättar att de får gå kurser och program om etablering och integration i det svenska samhället och hur han försökt skapa en relation med sina svenska grannar. Han säger:

Vi kommer hit och går kurs för att integrera oss i samhället, men svenskarna vill inte integrera! We want to visit you, do you welcome us?
Syrisk man, 60 år.

Bilden som framkommit under fokusgrupperna är inte att det saknas information för intervjupersonerna. Dels blir de erbjudna omfattande information i form av kurser från Göteborgs stads olika förvaltningar som Integrationscentrum, Introduktionsskolan och Arbetsförmedlingen. Vidare ger intervjupersonerna en bild av att vara mycket intresserade av sin omvärld och vill veta hur saker fungerar, de vill veta. Eller som en kille uttryckte det apropå vad som intresserar mest att läsa om på nätet: "Allt. Det är viktigt att man vet allt" (syrisk kille, 16 år).

5.2.1 Hur intervjupersonerna vill få information

Det är Facebook som är den kanal som flest intervjupersoner anger vara det bästa sättet för information liksom för dialog. När de får exempel på möjliga sätt och kanaler att få information på så framhärdar de att Facebook är det bästa sättet:

Det är mycket effektivare att informera via Facebook än till exempel med affischer på stan. Jag kan skicka vidare till 1000 personer jättesnabbt och inom loppet av bara några minuter har det spridit sig jättemycket.
Somalisk kille, 16 år.

Intervjupersonerna ger alltså tydligt uttryck för att Facebook är den bästa kanalen för informationsspridning. Med ett par undantag är det den samstämmiga bilden av de fem fokusgrupperna. Bara två intervjupersoner sticker ut i sammanhanget och tycker att hemskickad information är bra, men den ena av dessa tycker även att andra vägar är lika bra, som Facebook

¹ En webbsida med svenska nyheter på arabiska. Den finns också som egen sida på Facebook.

och mail eller sms. Samma person uppger också att det allra bästa sättet är att träffas i en lokal där det ges möjlighet att prata och diskutera:

Det är lättare om man ses i någon lokal, för det är lättare att få informationen så, lättare att diskutera med varandra, lättare för oss att integrera oss i sambället på det viset.

Syrisk man, 60 år.

Som tidigare nämndes så var det bara två som uppgav att hemskickad information var bra. Flera intervjupersoner var av motsatt uppfattning av skälet att de inte hade fast bostad. Flertalet vittnade om att de hade tillfälliga boenden eller bodde hos andra och behövde flytta ofta. Därför angav de allra flesta att Facebook och även hemsidor på internet var de bästa sätten att tillskansa information på. Följande citat är ett exempel på det:

Alla hemsidor som är somalisktalande kan vi läsa på. Vi har ett antal sidor som vi tittar på här i Sverige, det finns hemsidor på somaliska som ger information om Sverige.

Somalisk man, 24 år.

5.3 Olika kanaler för olika behov

5.3.1 Facebook och andra sociala medier

Som redan framgått så använder intervjupersonerna sociala medier. Alla utom en använder Facebook. Andra kanaler som används är Viber, WhatsUp, Skype och YouTube. De allra flesta uppgav att de använde dessa även i sina hemländer. Någon uppgav att hen hade börjat använda Facebook här i Sverige. Då intervjupersonerna hade det gemensamt att alla använde Facebook så berörde följdfrågorna inga andra sociala medier. På frågan om varför de använder Facebook så är det framförallt två skäl som anges och det är kontakt med familj och vänner och att få nyheter. Flera uppgav att Facebook är snabbt, snabbare än alla andra medier, som ett skäl till varför Facebook används. Exempel på vilket snabbt medium Facebook är att förmedla nyheter i kom från två olika håll men med samma innebörd. Nämligen hur mycket snabbare privatpersoner publicerar nyheter med text och bild om något stort har hänt någonstans, snabbare än traditionella medier. En person uttryckte det som att alla är journalister idag och att alla kan publicera nyheter. Detta indikerar ett samhällsintresse såväl som intresse för nyheter. Som tidigare nämnts så angav en intervjuperson hur hon följde alla nyhetskanaler på Facebook. Det går att koppla till vad Wadbring och Ödmark skriver om, att nyheter förmedlas av alla och delas om och om igen (2014). Andra anledningar som kom upp var att Facebook är gratis och öppet för alla. På frågan om vad de använder Facebook till mer specifikt så var svaren mer varierande. De yngre personerna pratade mer än de äldre i termer av att följa och dela. Till exempel så följde någon fotbollsklubbar och sportföretag och någon annan tittade på och delade YouTube-klipp mycket. Ytterligare någon beskrev hur han var medlem av en grupp med gamla skolkamrater där de utbytte information om varandra som var de befann sig idag. Personen uttryckte detta som mycket betydelsefullt för honom och att:

[...] *det känns som att man befinner sig i samma rum, på samma ställe.*

Somalisk kille, 16 år.

Flera av skälen som anges ovan hänger samman med behovet av delaktighet i ett socialt sammanhang. Till exempel kontakten med vänner och familj, att Facebook är öppet för alla, att man delar saker och tar del av vad andra aktörer och andra användare delar, och inte minst att man ingår i en avgränsad grupp av vänner på Facebook. Dessa skäl går att koppla till uses and gratification då Facebook som medium tillfredsställer det sociala behovet som individen har. Förr, före sociala medier fanns, var kopplingen mellan medieanvändande och den sociala tillfredsställelse det gav den gemenskap en person kände med andra som använde samma medium vid samma tidpunkt, till exempel att kolla på tv tillsammans. Eller att två personer pratade om något som båda läst om i tidningen. Facebook är rummet att vistas i, det är inte ett innehåll vi samtalar om på det sätt det samtals om ett tv-program eller en händelse i världen vilket står skrivet om i tidningen. Icke desto mindre utgör Facebook ett medium som tillfredsställer det sociala behovet hos oss (Elliot, 1997; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Ett socialt medium som fungerar både som rummet och har ett innehåll som det samtals om är YouTube. YouTube utgör många gånger samtalsämne i termer av ”ett YouTube-klipp” och samtalsämnet kan förekomma i verkligheten såväl som på YouTube.

Vidare förmedlade flera av intervjupersonerna fördelen med Facebook i termer av att aldrig missa något den vägen. Det spelade ingen roll när de kollade sitt konto, i flödet fanns allt som de missat sedan sist de kollade. Till skillnad från tv, till exempel, som måste tittas på vid en viss tidpunkt för att få nyheterna. Mycket av svaren om användningen av Facebook handlar om mediets funktion för användaren, många gånger tekniska funktioner och möjligheter som att det är gratis och öppet för alla, att det är en snabb kanal för kommunikation, funktionen att dela saker liksom möjligheten att följa andra aktörer som nyhetsmedier och fotbollsklubbar. Dessa svar indikerar en kunskap om och en förståelse för hur mediet fungerar med dess olika funktioner. Det talar för ett mediekunnande hos intervjupersonerna gällande sociala medier, alltså en förmåga att ta till sig medier och det som på engelska kallas media literacy (Hobbs, 1998; Livingstone, 2010). Den digitala klyftan innebär idag en uppdelning av de som behärskar att använda sig av internet fullt ut och de som inte gör det. Media literacy innebär en förmåga att ta till sig alla medier, såsom böcker, tidningar, tv, radio och idag även medier som finns på internet liksom att använda internet i stort. Resultatet av fokusgrupperna visar att intervjupersonerna behärskar den digitala delen av media literacy avseende sociala medier.

Vad gäller intervjupersonernas vittnande om Facebooks många funktioner och möjligheter så överensstämmer det med forskningen om Facebook som en verktygslåda. Facebook handlar inte bara om att skapa nya kontakter, som mycket äldre forskning fokuserade på, utan är en plats där flera olika motivationer kan tillfredställas (Smocka, Ellison, Lampec, & Wohn, 2011). Som tidigare nämnts så är det flera av intervjupersonerna som använder Facebook som en kanal för information, såväl privat som offentlig. Vidare används Facebook till att kommunicera med vänner och familj och till aktiviteter som mer har karaktären av förströelse, till exempel kolla roliga klipp som användare har publicerat och delat. Följande citat sammanfattar vad flera gav uttryck för:

*Facebook använder man på olika sätt. Det beror på sinnestämning.
Om jag är trött så vill jag inte ta del av nyheter, då vill jag kanske titta på
YouTube-klipp [...]. Eller prata med mina kompisar.*

Somalisk man, 25 år

Ovanstående citat vittnar också om ett annat behov som fångas upp i uses and gratification-modellen nämligen behovet av att underhållas, söka njutning eller söka avkoppling. Medier har den funktionen, enligt medieforskningen, att vi söker inte bara nytta som information och nyheter med hjälp av medierna. En stor del av medieanvändandet tillfredsställer behovet av underhållning och avkoppling, det som kan kategoriseras som eskapism och pleasure (Elliot, 1997). Medierna erbjuder en alternativ verklighet som vi kan föreställa oss och leva oss in i utan att det är vår egen verklighet vilket kan fungera nästan som en helande effekt. Vi kan relatera till något, exempelvis handlingen i en film eller dramaserie, men som vi inte behöver hantera mer än för stunden då vi tar del av innehållet.

5.3.2 Tv och radio

Ett medium som också erbjuder underhållning och avkoppling för många användare liksom för intervjupersonerna är tv. Alla intervjupersonerna uppgav att de tittade på tv, här i Sverige så väl som i respektive hemland. Vad de tittade på var underhållningsprogram och nyheter. En kanal som omnämndes av flera somaliska intervjupersoner var BBC som tycktes vara dominerande i hemlandet. Vidare så uppgav några intervjupersoner att de lyssnade på radio i hemlandet och då på kanalen Voice of America. Dock verkade inte radio vara ett medium som tog särskilt stor plats i intervjupersonernas liv grundat utifrån den uppmärksamhet det ägnades under fokusgrupperna. Vad som vidare framgick om tv var att de kollade på det i stor utsträckning som av slentrian. Men det framkom också att de aktivt tog del av nyheter via tv. Kopplat till uses and gratification så stämmer det överrens med att tv som medium tillfredsställer flera olika behov: avkoppling, underhållning, information och kunskap. Intressant är att flera intervjupersoner, som sagt, uppgav att de även tittade på tv här i Sverige och då svensk tv. Det går stick i stäv med det som studien på kinesiska invandrare i Silicon Valley fann, att respondenterna snarare undvik engelsktalande media även då de behärskade engelska språket (Hwang & He, 1999). Intervjupersonerna i den här studien tittade på tv för att de såg det som ett sätt att lära sig svenska men också för att det inte finns något annat än svensk tv att tillgå. Det indikerar att tv är ett tidsfördriv och en aktivitet som de är vana vid att göra att det spelar mindre roll att man inte förstår språket. Följande citat är talande för det:

Jag gillar att titta på tv, även om jag inte förstår språket för jag gillar att titta på tv.

Somalisk kvinna, 32 år

Det kan också indikera att tv:s innehåll är i det närmaste universellt vilket gör att människor kan känna igen sig i det som sänds oavsett i vilket land hen befinner sig. Det kan tänkas gälla främst underhållningsprogram som många gånger har ett amerikanskt eller brittiskt ursprung och som säljs vidare till länder världen över. Ett sådant exempel är musik- och talangtävlingsprogrammet Idol. Just igenkänning är ytterligare ett behov som tillfredsställs av medier enligt uses and gratification-modellen. Igenkänningen består i att man som tittare, i det här fallet med tv som medium, kan relatera till innehållet alternativt känna igen sig för att det är ett återkommande program vilket följs regelbundet. En relation till programmet skapas hos tittaren där även behovet av social aktivitet hos tittaren tillfredsställs som i stunden inte tillgodoses av mänsklig kontakt (Elliot, 1997; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974).

5.3.3 Inte så mycket tidningsläsande

Den samlade bilden av intervjupersonerna är att de inte läser tidningar här i Sverige och en naturlig förklaring till det är språket. Även om det finns möjlighet att läsa tidningar på engelska eller till och med arabiska respektive somaliska. Det stämmer också överrens med vad Ulrika Andersson tar upp i sin studie, dels att tidningsläsandet beror på språkförmåga, att en förutsättning för att kunna läsa tidning är god språkförmåga, men också vilket avstånd det är från Sverige till hemlandet. Ju längre bort från Sverige en person har sitt ursprung desto mindre troligt är det att personen läser tidningar (Andersson, 2005). Syrien och Somalia får betraktas som långt ifrån Sverige, såväl geografiskt som kulturellt. Intervjupersonerna verkade inte heller läsa tidningar i hemlandet efter vad de uppgav. Det ska tilläggas att här avses tidning i pappersformat.

Sammanfattningsvis så här långt kan sägas att intervjupersonerna gett uttryck för att den mesta medieanvändningen är den som sker via den smarta mobilen och därigenom internet och sociala medier. Tv är också flitigt använt av dem och framförallt i hemlandet. Dock var det inte helt tydligt vad de kollade på och varför. Men något som ändå flertalet nämnde var kanalen BBC som en kanal som ”alla” tittade på. Av de sociala medierna så dominerar Facebook som det medium som används mest och av flest bland intervjupersonerna. Det är Facebooks funktioner och varför Facebook är bra som har dominerat alla fokusgruppsintervjuer.

5.4 Förtroende

Förtroendets betydelse för att ta till sig information är stor. Därmed är det intressant att undersöka det hos intervjupersonerna. Intervjupersonerna har alla vittnat om ett stort förtroende för de svenska myndigheterna. Det har varit tveklösa ”javisst” och ”absolut” i kör i fokusgrupperna. Möjligen kan man inte förvänta sig någon annan respons i rådande situation: intervjupersonerna blir intervjuade av någon som de ser som representant för det svenska samhället och till och med den svenska staten. Men det går ändå att ana att det ligger sanning och uppriktighet i det när intervjupersonerna ger exempel på bemötande de fått av myndighetspersoner här i Sverige:

*Här i Sverige hälsar de på en när man kommer, frågar hur det är.
Så fungerar det inte i Somalia. Här är det ett riktigt bra bemötande.*
Somalisk kvinna, 32 år.

*[...] Men han (handläggare) var bortrest då. Så jag lämnade
honom ett meddelande. Och när han var tillbaka så återkom han till mig.
Det är ett bra exempel på hur det fungerar här.*
Somalisk man, 30 år.

*Jag har stort förtroende för myndigheterna här för att det finns tydliga regler och lagar. Han
(tjänstemannen) sitter där för att han följer regler och lagar.*
Somalisk kvinna, 32 år.

Här blir saker gjort som de säger att de ska göra.
Syrisk man, 60 år.

Vad som kan utläsas ur ovanstående citat är att intervjupersonerna upplever att de har blivit bemötta på ett respektfullt sätt och med värme och empati. De har upplevt att det som sägs är detsamma som blir gjort och att det sker för att det finns lagar och regler som efterlevs. Detta är de

byggstenar som forskningen menar att förtroende grundar sig på. De byggstenarna som stämmer in här är förmåga och kompetens, empati, närhet och någon mån öppenhet (Holmberg & Weibull, 2014). Att bli hälsad på och få frågan om hur man mår är bevis på såväl respekt för en annan människa som att känna empati. Att saker blir gjort som det är sagt är ett bevis för kompetens och förmåga. Närheten som byggsten står för den personliga kontakt som en individ har med en myndighet och citatet ovan vittnar om sådan närhet: ”[...] när han var tillbaka återkom han till mig.” Ett ytterligare tecken på att närhet skapar förtroende är det som en man säger om att träffas i en lokal för att få information (se citat tidigare). Det kan tolkas som ett behov av trovärdighet i informationen som ska förmedlas liksom att känna förtroende för avsändaren. Något som är lättare att känna vid personlig kontakt. Vad mera är så vittnar uttalandet om tjänstemannen som följer regler och lagar att det ger en känsla av öppenhet hos intervjupersonen. Hon upplever att regler efterlevs eftersom det som görs stämmer med hennes uppfattning om vad som bör göras. (Holmberg & Weibull, 2014).

På frågan om intervjupersonerna kände förtroende för samhällsinstitutioner i hemländerna bemöttes även detta samstämmigt. Ofta med ett snett leende och ett smygande menande skratt varpå någon tog till orda. Det gemensamma för allas svar var entydigt: det går inte att jämföra Sverige med Somalia/Syrien/Marocko. Några talande citat får utgöra exempel för den i stort samstämmiga bilden:

*De somaliska myndigheterna finns bara på pappret,
de finns inte i verkligheten, de finns bara ytligt.*
Somalisk kille, 16 år.

*De (myndigheterna), man kan inte lita på dem. Man kan lita mer på
privata aktörer i Somalia än på myndigheterna.*
Somalisk kille, 16 år.

*Man går till en person. Sen blir man skickad till nästa, därefter har man pratat med ytterligare
tio, hundra. Bara snack, inget händer!*
Syrisk man, 60 år

Det var inte lika tydligt vad det var exakt som gjorde att intervjupersonerna saknade förtroende för samhällets myndigheter och institutioner i respektive hemland. Det var mera antydningar om att ”systemet” inte fungerar, som någon uttryckte det, att det mer eller mindre saknas administration och liknande. Den tydliga aversion som uttrycktes hos intervjupersonerna går ändå att koppla till de faktorer för förtroendeskapande som benämns öppenhet och kompetens. Det går att ana att dessa faktorer alltså saknas.

5.5 Resultatet i sammandrag

Ett sammanfattande intryck av fokusgrupperna är att så gott som alla ger uttryck för ett stort informationsbehov och framförallt här i Sverige. Det är ett behov som tillfredställs av den omfattande användningen av de smarta mobilerna och i samband med det den omfattande användningen av internet och sociala medier. Det är via internet och sociala medier som intervjupersonerna informerar sig här i Sverige och det var även så de allra flesta av dem informerade sig i hemlandet. I Sverige har även en stor del av informationen som rör samhället kommit via kurser och program som intervjupersonerna deltagit sedan de kommit till Sverige.

Kurserna har handlat om hur det svenska samhället fungerar bland annat. I hemlandet var även tv en stor del av medieanvändandet där mycket av informationsinhämtningen skedde. Av naturliga skäl sker inte informationsinhämtning via (svensk) tv här i Sverige även om flera intervjupersoner sa sig kolla på tv även här. Men då handlade det mest om avkoppling och förströelse.

Informationen som hämtas via internet rör praktisk information om hur de går till väga här i Sverige, om hur de skaffar uppehållstillstånd, skaffar arbete och bostad. Någon angav att de använde lexikon på internet mycket. Andra besökte olika hemsidor, dels för nyttobetonad information men även sådant som rörde fritidsintressen såsom sport och musik. Men ett stort behov av information rör också det egna hemlandet om vad som händer där och vad det får för konsekvenser för familj och vänner som är kvar. Med vänner och familj kommunicerar de främst med Facebook men även Viber tycks användas av flera intervjupersoner. Via Facebook tillgodosågs även behovet av att få information om vad som händer i hemlandet. Dels från officiella sidor som exempelvis traditionella medier men även inofficiella nyheter från vänner. Det myckna användandet av sociala medier och av internet i allmänhet samt tv-tittandet är lätt att koppla till Gripsrud som menar att mediekonsumtion är ett tecken på den sociala varelse människan är (Gripsrud, 2011). Det är också via Facebook som intervjupersonerna tycker att myndigheter och andra samhällsaktörer ska kommunicera och föra dialog med invånare och medborgare. Alla intervjupersonerna säger sig ha förtroende för svenska myndigheter och samtidigt säger de sig inte ha något större förtroende för myndigheterna i deras hemländer. Anmärkningsvärt är att frågan om förtroende för sina hemländers myndigheter nästan uteslutande bemötts med smygande och menande skratt initialt.

6 Slutsats och reflektion

Syftet med den här studien var att undersöka hur nyanlända informerar sig om samhället och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier. Följande diskussion kommer att visa på slutsatser grundade i studiens resultat som besvarar huruvida syftet för studien är uppfyllt.

Den första frågeställningen som skulle besvara syftet var *på vilket sätt skaffar sig intervjupersonerna samhällsinformation*. En slutsats utifrån empirin är att intervjupersonerna i stor utsträckning skaffar sig information med hjälp av sina smarta mobiler. Det går att ana ett visst politiskt intresse hos intervjupersonerna på grund av deras stora behov av information om vad som händer i deras omvärld och framförallt i deras hemländer, vilket kan ses som en typ av samhällsinformation. Information- och nyhetsintresse liksom politiskt intresse är grunden för delaktighet i ett demokratiskt samhälle. Förmågan att informera sig genom att kunna använda sig av olika medier är en viktig aspekt i det demokratiska samhället och förmågan att informera sig bygger i sig på en förmåga att använda sig av medier, det som på engelska kallas media literacy. Utifrån empirin kan sägas att intervjupersonerna ger intrycket av att vara väl bevandrade bland sociala medier och de plattformar som används för det, exempelvis smart mobil.

Det leder in på en annan slutsats att dra av empirin. Som framgått av resultatet är intervjupersonerna flitiga användare av Facebook och många har visat sig vara intresserade av nyheter, vilket kan kopplas till vad som inom forskningen kallas news-seekers. Det kan tänkas att det är helt naturligt för dessa individer att söka information och nyheter om såväl Sverige som sitt hemland. De har kommit hit under speciella omständigheter, för att uttrycka det mildt, och behovet av information bör därmed ses som helt självklart. Att ta sig an ett så omfattande företag som att lämna, eller rent av fly, sitt hemland gör sig inte självt. Det kräver kunskap och självständighet. Drivet efter information hos intervjupersonerna är det som har gjort starkast intryck liksom den totala omfattning av Facebook som de har gett uttryck för. Empirin visar alltså ett stort mått på intresse för och behov av information och nyheter hos intervjupersonerna och, som nämndes inledningsvis, något som kan ses som ett visst politiskt intresse även om få intervjupersoner uttryckligen sa sig vara politiskt intresserade. I kombination med den omfattande användningen av sociala medier och Facebook specifikt så kan det inte sägas finnas något stöd för det samband som tidigare forskning hittat om politiskt engagemang och användningen av sociala medier i den här studien. Med ovanstående resonemang får sägas att frågeställning ett är besvarad: på vilket sätt skaffar sig intervjupersonerna samhällsinformation.

Min egen uppfattning, innan denna uppgifts början, om sociala mediers status här i Sverige är att den är högst skiftande. Facebook till exempel, har jag uppfattat som ett medium som yngre anser att äldre mest använder, medan yngre använder många andra sociala medier. Om Facebook är ett medium med en lägre status bland yngre personer här i Sverige är min bild från fokusgrupperna att Facebook har en helt annan status i Somalia och Syrien oavsett ålder hos användarna. Där är det självklart att Facebook används mycket och av många och det är den främsta källan till information för många. Möjligen har det att göra med vad flera av intervjupersonerna angav, att Facebook är gratis och tillgängligt för alla. På Facebook, och andra sociala medier, finns möjlighet att sprida information på ett sätt som inte har någon motsvarighet på annat sätt, vilket är viktigt i länder som inte har demokrati. I Sverige betraktar vi inte Facebook som en kanal för öppen och fri media primärt, den har vi att tillgå på annat sätt om vi vill.

Frågeställning två *vilket förtroende har intervjupersonerna för olika samhällsinstitutioner i allmänhet och svenska i synnerhet?* får anses besvarad i och med att alla intervjupersonerna vittnat om ett bra bemötande från myndigheter och samhällsinstitutioner här i Sverige och säger sig ha stort förtroende för dem. En logisk följd av det torde vara att de är mottagliga för information som förmedlas av samhällets aktörer, exempelvis stadsdelsförvaltningen. Det borgar även för dialog då det finns ett väl etablerat användande av Facebook hos intervjupersonerna. Upplevt förtroende för myndigheter i hemländerna saknas helt hos intervjupersonerna förutom hos en. Det har dock inte genererat någon misstänksamhet för de svenska samhällsinstitutionerna vad det verkar hos intervjupersonerna. Förtroendet för de svenska samhällsinstitutionerna i kombination med det stora informationsbehov, liksom nyhetsintresse, får ses som en bra grund för att verka som invånare i det svenska demokratiska samhället.

Sammanfattningsvis kan sägas att resultatet svarar väl mot syftet med den här studien, nämligen att undersöka hur nyanlända informerar sig i samhället generellt och på ett specifikt plan undersöka hur de använder sociala medier. Det skulle visa sig att svaret på del två i syftet besvarar del ett i mångt och mycket. Det vill säga att intervjupersonerna använder sociala medier, framförallt Facebook, för att informera sig om samhället i allmänhet. De följer nyhetsmedier i Facebook och kollar av sina flöden regelbundet. De använder sociala medier för att hålla kontakt med vänner och familj. En demokratisk vinkel av resultatet är att nyanlända tycks väl förberedda för ett liv i ett demokratiskt land så till vida att viljan finns att integrera sig, behovet av information och kunskap om det nya landet är stort, behovet av nyheter på ett generellt plan finns. Inte minst finns hos intervjupersonerna ett förtroende för svenska samhällsinstitutioner vilket ytterligare borgar för delaktighet och integration. Därmed inte sagt att integrationsproblematiken är löst. Men om tillgången på information är en integrationsfaktor bland flera så visar den här studien på att intervjupersonerna har såväl kunskap som ett engagemang för att ta till sig information.

6.1 Giltighet och tillförlitlighet

Studiens resultat går att koppla till mycket av den i uppsatsen redovisade forskningen och bekräftar det som tidigare forskning kommit fram till på flera sätt. Bland annat så har modellen *uses and gratification* varit applicerbar på empirin vid ett flertal tillfällen. Så till vida får sägas att studiens giltighet är tillfredställande. Då detta är en mindre studie av kvalitativ art är det naturligt att det inte går att dra några generella slutsatser som går att säkerställa statistiskt. Men resultatet är icke desto mindre intressant! Eller som följande formulering lyder:

Empiriskt grundad kunskap utifrån intervjuerna kan bidra till en allmängiltig förståelse för problemet. Detta är inte detsamma som ett anspråk på generalisering.
(Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2012, s.167)

Resultatet har bidragit med en förståelse för hur nyanlända använder sig av smarta mobiler och i vilken utsträckning liksom till vad de använder dem till. Framförallt har den här studien bidragit med att se människorna i den population som skulle undersökas, se att de förmodligen inte skiljer sig nämnvärt åt från resten av populationen. Det leder in på huruvida det går att säga om intervjumaterialet är tillräckligt omfattande för vad som går att förvänta sig? Ambitionen har varit att försöka få fram anledningar till varför intervjupersonerna använder sig av de medier de säger sig använda och vad det ger individen för tillfredsställelse, det som inom medieforskningen benämns som *uses and gratification* modellen. Jag vill påstå att det har framkommit motiv till detta vilket

presenterats i resultatet. En utmaning har varit att hitta tekniken för att intervjua men också att intervjua med hjälp av tolk. Det har varit olika tolkar varje gång vilket medfört att det inte funnits någon chans att lära känna tolken. Bristande intervjuteknik som beror av ovana och att intervjua med tolk är barriärer som möjligen varit ett hinder för att få fram så mycket som möjligt av fokusgrupperna och däribland motiven till deras användande av medier samt deras tillfredsställelse av det. Troligtvis hade det framkommit mer djupare svar vid ytterligare fler tillfällen inte minst på grund av att jag som intervjuare då hade blivit mer erfaren (Ekström & Larsson, 2013). Men trots vissa svårigheter så får sägas att huvudresultatet, att intervjupersonerna använder sociala medier i stor utsträckning och är informationsdrivna, rimligtvis är ett resultat som hade stått sig vid ytterligare fler intervjuer, vilket styrker validiteten för den här studien. Jag hävdar det mot bakgrund av hur utbrett Facebook är sett över världen, att resultatet av den här studiens empiri bekräftar mycket av tidigare forskning samt i kombination med den nya kunskapen som den här studien bidragit till: att till och med individer med till synes begränsade resurser ser till att ha teknik, som smarta mobiler, med vilken man kan använda sociala medier.

Huruvida den här studien är giltig med avseende på urvalet får sägas att trots svårigheterna med att få tag på intervjupersoner så blev det till slut bra. Det sätt som intervjupersonerna valdes på är väldigt mycket ett pragmatiskt tillvägagångssätt präglad av vad som var möjligt och, inom tidsramen för studien, som fanns att tillgå. Men som sagt, det blev ett för studien tillfredställande urval och det är i mångt och mycket rätt personer som har deltagit: de är nyanlända som alla har varit i Sverige i mindre än två år; de kommer från de två länder som flest nyanlända just nu kommer ifrån, Syrien och Somalia; det var en ganska jämn fördelning på kvinnor och män. Den syriska representationen av intervjupersonerna var i minoritet och det är möjligt att det hade gett en annan bild av det totala resultatet om fler syrier hade deltagit. Samtidigt, sett till länderna Syrien och Somalia finns det inte anledning att tro att medborgare från Syrien skulle använda sociala medier i lägre grad än medborgare från Somalia då Syrien på intet sätt är mindre utvecklat än Somalia.

6.2 Eftertanke

Jag frågar mig om resultatet från den här studien är kännetecknande för en kvalitativ metod? Hade jag kunnat få fram samma svar från en enkätundersökning? Många av svaren som jag har fått hade varit enkla att operationalisera i en enkät men jag vill nog ändå framhålla att mycket av vad som framkommit i fokusgrupperna inte hade kommit fram i en enkätundersökning. Det är inte i det explicita resultatet detta något går att finna utan mer i det som har bidragit till den samlande bilden av intervjupersonerna. Nämligen hur de med eftertryck har pratat om Facebook som en viktig och bra kanal för information och nyheter och hur viktigt det är att informera sig för dessa individer. Det är just eftertrycken och känslorna de förmedlar som skänker tyngd åt intervjupersonernas svar. De använder inte Facebook enbart för att det är ett roligt tidsfördriv. De gör det också, det ska inte förringas, men Facebook är också en lika viktig som stor del av intervjupersonernas liv med vilket de håller kontakt med familjen som är kvar i hemlandet och får nyheter om vad som händer i deras hemländer, såväl officiella som inofficiella nyheter. Vidare verkar det vara så att intervjupersonerna är måna om att ge mig svar som jag blir nöjd med eller liknande, att de vill vara mig till lags, alternativt vara Sverige, deras värdland till lags. Med det i åtanke kan det diskuteras hur sanna svaren är från intervjupersonerna. Är svaren möjligen friserade utifrån en avsikt att inte stöta sig med värdlandet? Det går inte att bortse ifrån. Samtidigt så indikerar många av citaten på att svaren

varit sanningsenliga så till vida att intervjupersonerna exemplifierat saker som är deras egna erfarenheter. Exempelvis kontakten med tjänstemän hos svenska myndigheter.

6.3 Förslag till stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg

Resultatet av den här studien visar med tydlighet att intervjupersonerna använder sociala medier. Det går inte att dra några generella slutsatser av resultatet på ett statistiskt plan som gäller för hela populationen. Men mot bakgrund av tidigare forskning om sociala medier samt vetenskapen om Facebooks utbredning i kombination med resultatet av den här studien så är det rimligt att anta att populationen, nyanlända kommandes från Syrien och Somalia, använder sociala medier. Med det sagt så är min rekommendation att fortsätta arbetet med Facebook-sidan och att försöka hitta ett sätt att översätta sidan till somaliska och arabiska. Då intervjupersonerna är så aktiva och så tydligt pratat om fördelarna med Facebook finns det goda chanser att nyanlända kommer att besöka sidan och använda den. Det kräver, förutom att den översätts, att den blir känd för målgruppen. Detta skulle kunna ske med ett helhetsgrepp i staden att förvaltningarna tillsammans hjälps åt att marknadsföra sina Facebook-sidor i olika sammanhang där man är i kontakt med nyanlända, exempelvis Integrationscentrum och Introduktionsskolan.

6.3.1 Förslagen i korthet

- Översätt Facebook-sidan till somaliska och arabiska.
- För en aktiv dialog på Facebook-sidan på somaliska, arabiska och även engelska.
- Undersök intresset och möjligheten till ett gemensamt helhetsgrepp i staden för att marknadsföra förvaltningarnas Facebook-sidor i olika sammanhang.

6.4 Förslag på vidare forskning

Gruppen nyanlända är en stor heterogen grupp även om man avgränsar den till att gälla exempelvis asylflyktingar och ytterligare asylflyktingar från länder utanför Europa. Icke desto mindre är det en grupp av individer som Göteborgs stad årligen behöver förhålla sig till, liksom andra orter i Sverige och för all del Europa. Att känna till mer om dessa individers beteende är värdefullt sett till integrationsaspekten inte minst. Därav torde det finnas motivation till vidare forskning i större skala om denna grupp människor än vad som gjorts i denna studie. Saker som dykt upp under arbetets gång med den här uppsatsen och som skulle vara intressant att ta reda på mer om är hur dessa individer använder medier på ett mer individuellt plan. Finns det liknande skillnader mellan åldersgrupper som det finns hos svenskar till exempel. Det skulle alltså vara intressant att studera olika åldersgruppers beteende hos nyanlända och med hjälp av uses and gratification-modellen gå mera på djupet i användningen av medier.

7 Referenslista

- Andersson Berglund, E. (den 17 april 2015). Rektor Introduktionsenheten Östra Göteborg. *Personlig kommunikation*. Göteborg.
- Andersson, U. (2005). *Nya svenskar och svenska medier, Arbetsrapport nr 34*. Göteborg: JMG Göteborgs Universitet.
- Asp, K. (2007). Fairness, Informativeness and Scrutiny The Role of News Media in Democracy. *Nordicom Review, Jubilee Issue 2007*, ss. 31-49.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social Network Activity and Social Well-Being. *Konferens CHI 2010 Social Media Users* (ss. 1909-1912). Atlanta, Georgia: Carnegie Mellon University.
- Caidi, N., Allard, D., & Quirke, L. (2010). Information practices of immigrants. *Annual review of information science and technology vol:44 iss:1*, ss. 491-531.
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R., & Klein Pearo, L. (2004). A social influence model of consumer participation in. *Elsevier International Journal of Research in Marketing 21 (2004)*, ss. 241-263.
- Ekström, M., & Larsson, L. (2013). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Elliot, M. (1997). *Förtroendet för medierna*. Kungälv: JMG Göteborgs universitet.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan. Konsten att studera sambälle, individ och marknad*. Vällingby: Norstedts Juridik AB.
- Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur - Mediesambälle*. Borgå: Daidolos AB.
- Gustavsson, N., & Höglund, L. (2011). Sociala medier och politiskt engagemang. i S. Holmberg, L. Weibull, & O. Henric, *Lycksalighetens ö* (ss. 511-524). Göteborg: SOM-institutet.
- Hobbs, R. (Mars 1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication; Volume 48, Issue 1*, ss. 16-32.
- Holmberg, S., & Weibull, L. (2014). Institutionsförtroende mellan berördhet och mediebevakning. i A. Bergström, & H. Oscarsson, *Mittfåra och marginal SOM-undersökningen 2013. SOM-rapport nr 61* (ss. 99-118). Bohus: JMG Göteborgs universitet.
- Hwang, B.-h., & He, Z. (Februari 1999). Media Uses and Acculturation Among Chinese Immigrants in the USA. *International Communication Gazette; vol 61, nr 1*, ss. 5-22.
- Johansson, S., & Rönnerstrand, B. (2007). *Förtroendet för myndigheter Riks-SOM-undersökningen 1986-2007*. Göteborg: SOM-institutet.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly, Vol. 37, No. 4 Winter, 1973-1974*, ss. 509-523.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Lampe, C., Wash, R., Velasquez, A., & Ozkaya, E. (den 10- 04 2010). Motivations to Participate in Online Communities. *Konferens CHI 2010 Social media users* (ss. 1927-1936). Atlanta, Georgia: Michigan State University.
- Livingstone, S. (den 11 Augusti 2010). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review* 7:1, ss. 3-14.
- Migrationsverket. (den 21 april 2015). Asylsökande 2014 och 2015. Hämtad 150421:
<http://www.migrationsverket.se/Om-Migrationsverket/Statistik/Asylsokande---de-storsta-landerna.html>.
- Nilsson, E. (den 24 april 2015). Så många svenskar använder sociala medier. Hämtad 150424:
<http://www.internetstatistik.se/artiklar/sa-manga-svenskar-anvander-sociala-medier/>.
- Nord, L. (2012). De nationella mediesystemen. i L. Nord, & J. Strömbäck, *Medierna och demokratin* (ss. 67-92). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nord, L., & Strömbäck, J. (2012). Demokrati, medier och journalistik. i L. Nord, & J. Strömbäck, *Medierna och demokratin* (ss. 9-45). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nordicom (a). (den 24 april 2015). Mediestatistik - Dagstidningar: Läsning i befolkningen en genomsnittlig dag 1990–2013 (procent). Hämtad 150424:
<http://www.nordicom.gu.se/sv/mediefakta/mediestatistik>.
- Nordicom (b). (den 24 april 2014). Mediestatistik - Daily Internet use by sex and age in the Nordic countries 2004-2014 (Eurostat). Hämtad 150424:
<http://www.nordicom.gu.se/sv/mediefakta/mediestatistik>.
- Oscarsson, M. (2013). Att undvika en tvätredjedelsdemokrati. i J. Strömbäck (red), *Framtidsutmaningar, det nya Sverige* (ss. 69-ff). Volante.
- Smocka, A. D., Ellison, N., Lampe, C., & Wohn, D. (nr 27 2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Elsevier*, ss. 2322-2329.
- statista.com. (den 24 april 2015). Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2015 (in millions). Hämtad 150424:
<http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>.
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2013). The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption. *International Journal of Public Opinion Research Vol. 25 No. 4*, ss. 414-435.
- Wadbring, I. (2013). Ett allt mer fragmenterat medielandskap. i J. Strömbäck (red), *Framtidsutmaningar, det nya Sverige* (ss. 222-ff). Volante.
- Wadbring, I., & Ödmark, S. (2014). Delad glädje är dubbel glädje. i A. Berström, & H. Oscarsson, *Mittfåra och marginal SOM-undersökningen 2013 SOM-rapport nr 61* (ss. 201-212). Bohus: JMG Göteborgs universitet.

- van Deursen, A., & van Dijk, J. (2010). Internet skills and the digital divide. *New media & society* 13(6) (Sage), ss. 893-910.
- Vernesdotter, F. (2012). Den nationella SOM-undersökningen 2011. i H. Oscarsson, A. Bergström, & L. Weibull, *I framtidens skugga : fyrtiotvå kapitel om politik, medier och sambälle : SOM-undersökningen 2011*. Göteborg: SOM-institutet.
- Westlund, O., & Ekström, G. (2014). Nyhetsmediernas funktion. i A. Bergström, & H. Oscarsson, *Mittfåra och marginal SOM-undersökningen 2013. SOM-rapport nr 61* (ss. 213-228). Bohus: JMG Göteborgs universitet.
- Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.
- Winald, M. (den 13 april 2015). Kommunikationsstrateg SDF Östra Göteborg. *Personlig kommunikation per mail*. Göteborg.
- Yin, R. (2013). *Kvalitativ forskning från start till mål*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Östra Göteborg, Göteborgs stad. (den 5 maj 2015). Östra Göteborgs stadsdelsförvaltning. Hämtad 150505: http://goteborg.se/wps/portal/enheter/stadsdelsforvaltning/ostra-goteborgs-stadsdelsforvaltning!/ut/p/b1/04_Sj9Q1tDAzNjUyMLY01Y_Qj8pLLMtMTyzJzM9LzAHxo8zijYyDTVyDXYwNLNzMjA08A53D3H2CnI0c_QyACiKBCgwxwAEcDQvr9PPJzU_Vzo3IsANQy9j8!/dl4/d5/L2dBIS.

Bilaga 1: Intervjuguide

Intervjuguide

Introduktions-information:

Beskriv vad stadsdelsförvaltningen är: skola, socialkontor, introduktionsenheten, bibliotek ...

Bakgrundsfrågor

- 1) Ålder? Anteckna även fördelning man/kvinna.
- 2) Smartphone? Här? I hemlandet?
- 3) Mobil? Här? I hemlandet?
- 4) Tillgång till dator? Här? I hemlandet?
Var någonstans här?
- 5) Dator i hemmet?
- 6) Hur ofta använder man datorn?
- 7) Till vad? Surfa på internet, skriva, spela ...

Information

- 8) Om man behöver information om något (samhällsnyttigt), hur går man tillväga? (Frågar någon annan, googlar, kollar med någon professionell på nån institution, typ bibliotekarie, handläggare, går in på hemsida ...)
- 9) Hur får man information från stadsdelsförvaltningen idag? Går man in på deras hemsida, deras Facebook-sida?
- 10) Hur skulle man vilja få information från stadsdelsförvaltningen? Hemskick, annonser/inlagor i tidning, internet, hemsida?
- 11) Vilken typ av info därifrån? Varför/varför inte?
- 12) Hur informerades man sig i hemlandet?
- 13) Läser man tidningen? Vilken, på vilket språk?
- 14) Tittar man på tv, lyssnar på radio? Vad isf? Varför isf? Vad fyller de för funktion?
- 15) Är man intresserad av nyheter, vilka? Varför/varför inte? På vilket språk?
- 16) Är man intresserad av politik? Varför/varför inte?

Sociala medier

- 17) Är man aktiv i sociala medier? Vilka? Varför dessa isf.
- 18) Hur ofta är man inne på sociala medier? Vad gör man? Personliga meddelanden, kommentarer, gillar, delar, kollar runt.
Om man delar, vad delar man?
Vad gillar man att titta på/läsa om i sociala medier?
- 19) Varför använder man sociala medier? (Roligt, intressant läsning, hålla kontakt, skaffa nya kontakter, sprida information, ta del av information).
- 20) Följer man någon organisation i sociala medier? Något företag? Vad tycker man om att företag och organisationer finns i sociala medier? Intressant, bra, onödigt)

Förtroende

- 21) Känner man att man kan lita på kommunen/stadsdelsförvaltningen? Varför/Varför inte?
- 22) På mottagningsenheten? Varför/varför inte?
- 23) På skolan, förskolan? Varför/varför inte?
- 24) Hur upplevde man det i hemlandet? Varför/varför inte?

Bilaga 2: Följebrev intervjuförfrågan

Hej!

Vill du delta i en gruppintervju om medier, sociala medier och hur man informerar sig?

Jag heter Erika Lek och är student vid Göteborgs universitet. Jag håller på att skriva mitt examensarbete och i det gör jag en undersökning om hur nyanlända från andra länder informerar sig i allmänhet om samhället och *om* och, i så fall, *hur* de använder sociala medier.

Vill Du ställa upp och vara en av fem personer i en grupp som intervjuas av mig?

Intervjuerna kommer att ske på måndag 27 april kl. 13.30–14.30 och tisdag 13.30–14.30 på Introduktionsenheten.

Kvinnor och män i vuxen ålder är det som efterfrågas. En tolk kommer att finnas med under intervjun så man kommer att kunna prata på sitt eget språk.

Allt som sägs under intervjun kommer att behandlas konfidentiellt så att man är anonym i det material som kommer att skrivas ner i examensarbetet. Ingen identitet kommer att avslöjas.

Det bjuds på fika!

Hoppas vi kommer att träffas. Tack på förhand!

/Erika Lek

PS. För frågor kontakta Eva Andersson Berglund på Introduktionsenheten. DS.