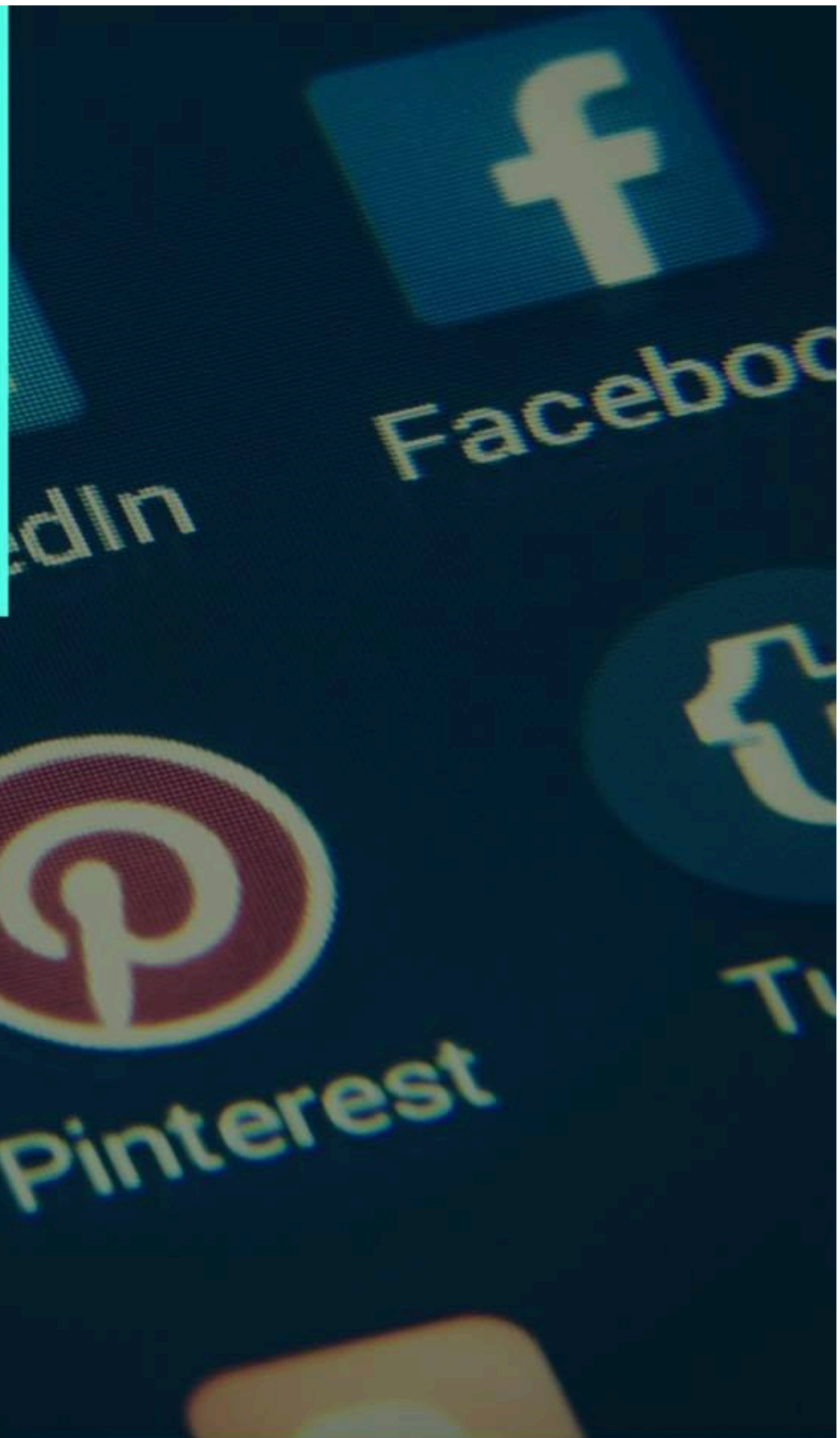


19.10.17



**Nicolai Kronborg
Rytter & Kristoffer
Grønning**

**Aalborg Universitet
Oktober 2017**

**UNGES
NYHEDSFORBRUG:
BIAS, ALGORITMER
OG ONLINE
DANNELSE**

Projekttitel: Unges nyhedsforbrug: Bias,
Algoritmer og online dannelse

10. semester, kommunikation

Nicolai Kronborg Rytter:

Kristoffer Grønning:

Vejleder: Tove Arendt Rasmussen

Afleveringsdato: 19/10-2017

Antal normalsider: 117,76 sider á 282629 tegn.

19. oktober 2017

Aalborg Universitet

Abstract

This master's thesis is a study that through mixed methods seek to investigate how young college students use social media for the purpose of consuming news and the study investigates if the students are aware of bias and dangers that are hereby connected. It also seeks to study what can be done to improve the students media literacies.

Problem statement

A lot of studies have stated that the younger generations of news consumers are acquiring news through social media. Especially Facebook is used for consumption of news, and this development has increased through recent years. This study does not seek to regenerate data that confirms these developments. This thesis seek to get representatives from the group investigated to analyse their mediated actions, to make them reflect on the impact of their news usage on social media. We see a need to investigate whether high school students are aware of bias associated with news consumption on social media.

Several quantitative studies have been concluded that the younger generations have moved from the traditional news media to the social media. We study in this thesis what importance Danish high school students use of social media has for their consumption of news and if the high school students are aware of bias associated with this use.

Empirical approach

The methodical approach of this master's thesis is characterised by its Method triangulation. We have through qualitative and quantitative methods sought a better understanding of the field under investigation through several Danish research reports about Danish people's use of news on social media and through group interviews as semi structured group interview and focus group interview with representatives of the group under investigation. Before the semi structured group interview, we asked the participants to carry out logbooks that described their news usage, so we were able to clarify the interviews framing. Our goal was to get neutral data about their news consumption.

Findings

Our findings in this thesis were that the students were very aware of what the different social medias has to offer in the topic of news consumption and how these social medias work in general. They knew what the different functions on the different social medias could give them in their consumption of news, social interaction etc. This is not ground breaking knowledge since this generation of social media users has more or less grown up with these medias as a part of their everyday. This thesis found out, that these students were not as informed in knowing what consequences their use of social media in relation to news consumption has for the content they consume from their newsfeed on e.g. Facebook.

In Denmark pupils of the elementary school are being taught about how to critically investigate topics and how to analyse from where a specific article for example is coming from. It does not appear in the targets set for the pupils to know about how and why they are being targeted by Facebook to receive specific articles or other information. It is our understanding that the Danish youth has a need of becoming knowing about algorithms and how the modern world of media works because it has such a big impact in the news they are consuming and how they relate to the public debate.

INDLEDNING	3
PROBLEMFORMULERING	9
LITTERATURREVIEW	10
VIDENSKABSTEORETISK AFSÆT	15
HERMENEUTIK	16
SOCIALKONSTRUKTIVISME	17
TEORETISK FUNDAMENT OG METODOLOGISK FREMGANGSMÅDE	19
MEDIERET DISKURSANALYSE OG NEXUSANALYSE	19
METODOLOGISK TILGANG	28
MIXED METHODS	28
FOKUSGRUPPEINTERVIEW	30
GRUPPEINTERVIEW	33
VIRTUEL ETNOGRAFI	34
ANALYSE	37
ENGAGING THE NEXUS OF PRACTICE	37
NYHEDSFORBRUGEREN I DET SENMODERNE SAMFUND	38
DET POSTFAKTUELLE SAMFUND OG CONFIRMATION BIAS	41
NYHEDSBEGREBET	45
DEFINITION AF SOCIALE MEDIER MED SÆRLIGT FOKUS PÅ FACEBOOK OG NYHEDSFORBRUG HERPÅ.	46
DANSKERNE PÅ FACEBOOK OG FACEBOOK SOM NYHEDSKANAL	51
MEDIEFORSKNINGSRAPPORTER	52
DANSKERNES NYHEDSFORBRUG ANNO 2017	52
HALVSTRUKTURERET GRUPPEINTERVIEW	62
FOKUSGRUPPEINTERVIEW	64
NAVIGATING THE NEXUS OF PRACTICE	67
THEMATIC NETWORKS – ORGANISERING AF GRUPPEINTERVIEW	70
SOCIALE MEDIER SOM NYHEDSDISTRIBUTØR	73
DEN ØGENDE REFLEKSIVITET OG DEN MODERNE NYHEDSFORBRUGER	86
CONFIRMATION BIAS PÅ SOCIALE MEDIER OG NYHEDSFORBRUGERENS BEVIDSTHED HEROM	100
CHANGING THE NEXUS OF PRACTICE	106
KONKLUSION	119
DISKUSSION	122
LITTERATURLISTE	124

Figuroversigt

Figur 1, Brug af forskellige nyhedstyper fra 2013-2016
(Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 20).

Figur 2, Forskellige aldergruppers brug af nyhedsmedietyper 2015
(Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 21).

Figur 3, Vigtigste nyhedsmedietyper i forhold til alder, Danmark 2016
(Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 25).

Figur 4, Brugen af forskellige sociale medier til nyheder (Danmark)
(Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 27).

Figur 5, Veje til nyheder, aldersforskelle, Danmark 2016
(Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 30).

Figur 6, eksempel på thematic networks

Indledning

I Danmark står nyhedsforbrugerne overfor udfordringer, som den teknologiske, kommercielle og kulturelle udvikling på nyhedsområdet stiller danskerne overfor (DR Medieudviklingen, 2016, s. 7). Teknologiske vindinger har med årene udviklet medieforbruget og sendt det i nye retninger, som presser det etablerede mediebillede, hvilket har konsekvenser for måden, medieforbrugeren bliver præsenteret for nyheder på. I dag oplever store landsdækkende aviser, som eksempelvis Berlingske, Jyllands-Posten og Politiken, store nedture i form af, at de ikke længere sælger nok eksemplarer af deres fysiske aviser (Web 1, Skadhede). Derfor har disse etablerede nyhedsmedier fulgt med den teknologiske udvikling, og i dag er de alle aktive online med tilbud om, at brugerne kan tilgå deres indhold gennem online abonnementer.

Det, der for de store landsdækkende aviser er problemet, er, at aviserne ikke længere besidder rollen som distributører af nyhederne. I dag er mediehusene producenter af nyheder, men den teknologiske udvikling har medført, at distributionen i dag primært foregår gennem online kanaler som eksempelvis Google eller Facebook. Dermed løber en stor del af annoncekronerne også disses vej – globalt set sidder Google og Facebook på 40% af annonceindtægterne (Christensen et al., 2016, s. 8).

I takt med at nyheder i dag i høj grad bliver produceret med henblik på at skulle distribueres og publiceres online, så giver det også nye muligheder for nyhedsforbrugeren. Nyheder formidles i dag i realtid, og i takt med den konstante udvikling af nye teknologier, er samfundsborgere ikke længere i samme grad afhængige af trykte aviser, tv og radio, da informationerne i stigende grad er tilgængelige når som helst og hvor som helst (Cotter, 2015, s. 795-796).

Senmoderniteten og individet heri, som Anthony Giddens beskriver det, er i en globaliseret verden præget af en høj grad af refleksivitet, forstået således, at individet konstant skal orientere sig i og forholde sig til en historisk uset mængde af informationer og valg (Giddens, 1996, s. 14, 46, 215). Den øgede refleksivitet bliver muliggjort af massekommunikationens udvikling. Det skaber muligheden for et højere refleksionsniveau. Den øgede refleksivitet må dog ikke misforstås som en større og bedre viden, som gør individet i stand til i højere grad end tidligere at kontrollere tilværelsen.

Refleksionen indebærer derimod en grundlæggende usikkerhed om sandheden af den nye viden, da denne nye viden hele tiden kan revideres. Det skaber en tvivl hos det moderne individ, som ifølge Giddens er et eksistentielt træk med konsekvenser for ens identitet (Kaspersen, 2000, s. 425-426).

Siden Giddens præsenterede disse problemstillinger, som den øgede mængde af informationer i det senmoderne samfund har for individet og samfundet, er vigtigheden og konsekvenserne heraf ikke blevet mindre. Den teknologiske udvikling er fortsat eksploderet, og mængden af informationer, som individet eksponeres for, er større end nogensinde før. Professor i kommunikation, James Lull, konstaterede tilbage i år 2000, at udbuddet og teknologien var større og mere avanceret end nogensinde før, og at de mange valgmuligheder fragmenterede brugerne fordi den gav dem mulighed for at vælge indhold efter personlige præferencer (Lull, 2000, s. 123). Netop denne fragmentering af mediebrugerne, og den enorme mængde af informationer, samt nye og mere personaliserede muligheder for at tilgå og konsumere disse, er over de seneste år, og især på baggrund af nyligt overståede demokratiske folkeafstemninger og valg, måske mere aktuel end nogensinde før.

De britiske vælgeres nej til fortsat EU medlemskab, populært kaldet Brexit, Donald Trumps sejr ved præsidentvalget i USA, danskernes nej til afskaffelse af retsforbeholdet, samt en generel skepsis og vælgerflugt væk fra det etablerede i retning mod mere radikale partier og kandidater, er blevet politisk virkelighed i en lang række vestlige demokratier (Kucharski, 2016, s. 525). Hvor medierne tidligere afskrev disse mere radikale partier, kandidater og holdninger en chance, er virkeligheden nu, at ingen rigtig tør spå, hvordan den politiske situation vil se ud om nogle år. Dels har meningsmålingerne vist sig ikke at holde stik, mens der tegner sig, hvad der bliver betegnet som en øget polarisering i de vestlige demokratier. Denne polarisering er givetvis en konsekvens af mange forskellige forhold. Den seneste finansielle krise og dens økonomiske og samfundsmæssige konsekvenser, krig og terror, flygtningestrømme som konsekvens heraf, samt en generel mistillid til politikerne spiller uden tvivl en stor rolle. En lige så vigtig faktor, som ligeledes har fyldt meget i medierne og den offentlige debat, er dog mediernes og det ændrede medielandskab, som følger af den teknologiske udviklings, rolle heri.

Internettets fremkomst har haft en revolutionerende betydning for, hvordan vi som individer i det senmoderne samfund søger og tilegner os informationer og viden. Hvor vi tidligere som individer i højere grad blev præsenteret for og måtte forholde os til de samme informationer, præsenteret

gennem de samme massemedier, er virkeligheden i dag, at vi i høj grad selv kan vælge, hvilke informationer vi ønsker, hvor og hvornår vi ønsker dem.

Det har ligeledes betydet en ændring i måden, hvorpå vi søger og konsumerer nyheder, og her spiller de sociale medier, som 'ny' spiller på markedet en stadig større rolle. Den seneste rapport om medieudviklingen i Danmark, foretaget af DR, viser således at sociale medier som kilde til nyheder står for 52 procent af danskernes forbrug, mens dette tal er hele 73 procent hos de unge 15-29 årige. 31 procent af den samlede befolkning fortrækker sociale medier til nyheder og baggrund, mens dette tal er 56 procent i aldersgruppen 15-29 (Christensen et al., 2016, s. 39).

Med 2,5 millioner daglige brugere er Facebook klart danskernes fortrukne sociale medie (Slots og Kulturstyrelsen, 2015, s. 22).

Selvom stadig flere benytter Facebook som nyhedsmedie, fungerer Facebook ikke som de traditionelle nyhedsmedier. Hos de traditionelle medier er det klassiske nyhedskriterier, som bestemmer, hvilket indhold nyhedsforbrugeren eksponeres for. En redaktion afgør ud fra en række kriterier som for eksempel aktualitet, identifikation, væsentlighed og sensationsværdi, hvad, der er præsenteres for brugeren, hvor og hvordan, både analogt og online på deres egne platforme. På Facebook er det således andre parametre, som bestemmer, hvad man som bruger eksponeres for. Bag denne udvælgelse af hvilke nyheder der ender i brugernes newsfeed på forsiden af Facebook, eksisterer en række algoritmer, som sorterer hvad der distribueres, og til hvem. Her spiller et opslags popularitet en stor rolle for, hvilken eksponering det får. Som socialt medie tilbyder Facebook en række funktioner, som tillader brugerne at interagere med opslag i deres newsfeed, hvormed et opslags popularitet måles i såkaldte *likes*, *comments*, *cliks* og *views*. Det er altså den sociale interaktion med opslaget i form af for eksempelvis likes, og ikke de klassiske nyhedskriterier, som bestemmer, hvad der ender på forsiden af Facebook i brugernes newsfeed. Der kan således eksistere en uoverensstemmelse i, hvad nyhedsmedierne gerne vil have brugerne til at se og læse, og det som brugerne liker, deler og kommenterer.

Facebook er en forretning, som lever af at præsentere brugerne for indhold, som brugerne finder interessant og som holder på brugerne, mens de samtidig kan tjene penge på at agere mellemmand og lede trafikken fra det sociale medie over til for eksempel et nyhedsmedies egen hjemmeside via et link.

Foruden den umiddelbare konsekvens for de traditionelle nyhedsmedier, i form af blandt andet tabte annonceindtægter, fordi brugerne i højere grad befinder sig og eksponeres for nyheder på de sociale medier, eksisterer også faren for at brugerne kun eksponeres for nyheder, som de på baggrund af algoritmer vil være tilbøjelige til at synes om og være enige i. Det skaber en fare for såkaldte *bobler*, hvor brugerne ikke tilegner sig et nuanceret nyhedsbillede, som de traditionelle medier idealistisk set stræber efter at formidle til befolkningen. Denne polarisering er ikke en ny problemstilling skabt af sociale medier. James Lull citerer Joseph Turow for, tilbage i 1997, at udtrykke; *”Like heavy gates separating one community from another, the very structure of the (fragmented) American media world will drive people apart for a long time to come” (Turow 1997: 200).*” (Lull, 2000, 126).

Turows citat stammer fra en tid før sociale medier, men hvor internettets udbredelse allerede havde store konsekvenser for det etablerede medielandskab og formidlingen og konsumerings af nyhedsstof. Med de sociale mediers indtog er Turows citat som taget ud af en krystalkugle, om end han nok ikke havde forudset med hvilken hast mediebilledet ville ændres. I en specialrapport om danskernes brug af sociale medier fra 2015, tages en lignende problemstilling op, omhandlende danskernes lyst til at deltage i diskussioner og debatter på de sociale medier. Med inspiration fra et lignende amerikansk studie, tager undersøgelsen udgangspunkt i en teori beskrevet af en tysk politolog ved navn Elisabeth Noelle-Neumann, som mange år før internettet og de sociale medier skrev;

”Teorien [...] fortæller, at personer, hvis holdning stemmer overens med flertallets holdning eller den fremherskende holdning, er mere tilbøjelige til at ytre sig og give deres mening til kende end personer, der repræsenterer en mindretalsholdning. Af frygt for isolation er folk mere villige til at tale med de, der deler deres holdninger end med de, der er uenige i deres holdninger.”

(Slots og Kulturstyrelsen, 2015, s. 38).

Noelle Neumanns teori har vist sig også at være gældende både i den amerikanske og i den danske undersøgelse, som viser at brugerne på de sociale medier, ikke har lyst til at indgå i debatter med brugere, hvis holdninger og meninger om det givne emne de ikke kender til (Slots og Kulturstyrelsen, 2015, s. 55).

I denne debat er vi blevet bekendte med fænomenet *confirmation bias*, som netop beskriver denne egenskab hos mennesket, som betyder, at vi

som individer søger information, som bekræfter os i den viden og de holdninger og meninger vi i forvejen er enige i. Begrebet stammer fra den kognitive psykologi, og medfører, at vi som individer fravælger information og viden, som kan udfordre vores nuværende verdensbillede (Nickerson, 1998, 177).

Samspillet mellem de algoritmestyrede sociale mediers efterhånden dominerende rolle i mediebildet og dermed også i folks nyhedsforbrug, ser vi i samspil med confirmation bias en potentiel trussel mod demokratiet, hvis vi i stigende grad kun præsenteres for indhold, hvis holdninger og meninger vi i forvejen deler. Denne bekymring står vi som nævnt ikke alene med. Konsekvensen heraf bliver eksemplificeret i den øgende polarisering, som flere forskere og fagpersoner også beskriver som *filterbobler*, *ekkokamre* (Pariser, 2011, Hansen & Hendricks, 2011, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, Slots og Kulturstyrelsen, 2015).

Midt i denne debat om det ændrede nyhedsmediebillede og landskab, sociale medier, Facebook, polarisering og informationsbobler er især de unge og de unge voksne brugere interessante. Selvom de sociale medier og især Facebook, med 2,5 million ugentlige aktive brugere i Danmark, har fanget den brede befolkning, er det især de unge og unge voksne, som i høj grad har taget teknologien til sig og ligeledes har en stor procentdel af deres nyhedsforbrug herpå.

Som vi har beskrevet, så spiller de sociale medier en stadig større rolle i danskernes nyhedsforbrug, og de seneste års forskning på området viser, at der eksisterer en væsentlig forskel i dette forbrug fordelt på forskellige aldersgrupper (Christensen, 2016, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, Slots og kulturstyrelsen, 2015). Det er ikke overraskende at det især er de yngre aldersgrupper, som i højere grad adopterer de nye teknologier, men når udviklingen fortsætter betyder det, at det er en adfærd som forbrugerne tager med sig, hvorfor udviklingen set over de sidste års forskning ikke ser ud til at blive mindre, men derimod at vokse. Dertil kommer at de traditionelle nyhedsmedier ligeledes i stigende grad leverer indhold til de sociale medier, simpelthen fordi, at det er her forbrugeren befinder sig. Der er således tale om gensidig selvforstærkende effekt af brugernes stadig voksende tilstedeværelse på de sociale medier og de traditionelle nyhedsmediers produktion af nyheder hertil.

Indenfor medieforskningen og i offentligheden eksisterer debatten om den nye medievirkeligheds trussel mod demokratiet og den offentlige debat og samtale, og det er netop denne debat, som har vakt vores interesse og som danner grundlag for dette speciale.

En stor del af forskningen indenfor området bygger på statistisk data og de traditionelle mediers bekymringer i forhold til udviklingen, som i høj grad omhandler farerne forbundet ved nyhedsforbrug på sociale medie platforme, hvor indholdet styres af algoritmer.

Når de unge er stærkest repræsenteret på disse medier, og når forskning på området viser, at de har de sociale medier som deres primære nyhedsplatform, hvad er så deres kendskab til mulige konsekvenser forbundet ved nyhedssøgning og konsumering herpå. Deler de den samme skepsis, som eksisterer i den offentlige debat på området. Med en bacheloruddannelse i Kommunikation og Digitale Medier og en kandidatuddannelse i Kommunikation er vi optaget af hvordan medieudviklingen er med til at ændre og forme den virkelighed vi selv er en del af. Nye teknologier og måder at kommunikere til og med hinanden på, har konsekvenser for alle, både som individer og som samfund. Denne udvikling har vi selv mærket på egen krop, da vi er vokset op samtidig med, at disse nye teknologier – først internettet og senere de sociale medier – har ændret måden hvorpå vi kommunikerer med hinanden, tilegner og deler informationer og viden, samt holder os opdateret. Som Giddens beskriver i forhold til ophævelsen af tid og rum og den øgede globalisering, så har vi kunnet mærke, hvordan verden er blevet mindre og hvordan vi i høj grad, nemt og hurtigt kan tilegne os informationer om alt fra nyheder, interesser, begivenheder etc. fra hele verden, blot ved et greb i lommen (Cotter, 2015, s. 795-796). Vi er vokset op sideløbende med denne udvikling og er, måske qua vores uddannelsesmæssige baggrund, kritiske og bekymrede i forhold til, hvilke konsekvenser den nye medievirkelighed kan medføre. Men hvordan ser det ud for de generationer, som er født ind i denne virkelighed, og ikke kan huske en verden uden sociale medier. Når disse unge er den gruppe, som i højeste grad er eksponeret for de potentielle farer, forbundet med den ændrede måde, hvorpå vi tilgår og konsumerer vores nyheder på, finder vi det interessant at få disse unge i tale. At få et dybere indblik i deres rutiner og nyhedsforbrug og deres tanker herom. Vi ønsker med dette speciale at opnå en dybere forståelse for problemstillingen, med en kvalitativ tilgang, hvor vi i dialog med repræsentanter for generationen af digitale indfødte opnår et større kendskab til deres nyhedsforbrug og deres bevidsthed herom. Hvad er deres bevidsthed om potentielle farer forbundet med en bestemt adfærd og de digitale platformes opbygning, egenskaber, agenda og funktioner. Vi ønsker at bidrage til forskningen indenfor området gennem et kvalitativt studie, foretaget i en lokal kontekst, hvor vi forholder vores resultater i forhold til den førende forskning indenfor området, der, om end den også bygger på delvise kvalitative studier, ikke på samme måde, som det er hensigten med denne rapport går spadestikket dybere og giver de unge selv en mulighed for, i samspil med os som forske-

re, at opnå en dybere forståelse og forhåbentlig bidrage med ny viden til feltet, som andre kan afprøve i andre lokale kontekster med lignende eller differentierede repræsentanter fra samme aldersgruppe.

Problemformulering

Med udgangspunkt i ovenstående problemstilling, er det et stadig vigtigere spørgsmål, hvorvidt brugerne på de sociale medier er bevidste om de konsekvenser, som kan være forbundet med den nye medievirkelighed, både på et individuelt og samfundsmæssigt plan. Når vi i stigende grad har flyttet en stor del af vores nyhedsforbrug over på sociale medieplatforme, i særdeleshed Facebook, og når vi mennesker i forvejen er disponerede for at tilegne os og konsumere indhold, som vi i forvejen er enig med (confirmation bias), er de algoritmestyrede platforme i samspil hermed, selvforstærkende og med til at øge den radikaliserings og polarisering, som fylder meget i den offentlige samtale og anses som en trussel mod demokratiet. Her er de unge mediebrugere og deres nyhedsforbrug særligt interessant, da de er stærkest repræsenteret, både på de sociale medier, men også i nyhedsforbruget herpå.

Problemstillingen og vores interesse i emnet har ført til følgende problemformulering:

Hvilken bevidsthed har danske gymnasieelever om bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier, og hvilke tiltag kan iværksættes for at højne gymnasieelevernes online dannelse?

Litteraturreview

Med følgende litteraturreview ønsker vi at afdække og redegøre for den eksisterende forskning og viden på området, for ligeledes at afgøre, hvordan vi kan bidrage med ny viden inden for feltet.

Vores søgning efter relevant litteratur på området har foregået gennem søgemaskinen ProQuest Library, AUBs databaser og via Google Scholar. Vi sikrer at materialet er forskningsgodkendt ved kun at søge på videnskabelige artikler, som er peer reviewed. I henhold til vores undersøgelsesfelt har vi primært benyttet os af søgekombinationen; *news consumption and social media and bias*, som var den, der gav flest relevante artikler.

Litteratursøgningen præsenterede os for et bredt omfang af artikler indenfor forskellige forskningsområder. For at overskueliggøre mængden af artikler har vi overvejende orienteret os i de forskellige artiklers abstracts og væsentligste konklusioner.

I det følgende vil vi præsentere den litteratur, som vi har fundet relevant i forhold til specialets undersøgelsesfelt.

Målet med vores speciale er som beskrevet at undersøge danske gymnasieelevers bevidsthed om bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier. Her står gymnasieeleverne i vore undersøgelse som repræsentanter for den aldersgruppe, som i højeste grad har deres nyhedsforbrug på sociale medier og dermed også er disponerede for bias forbundet herved. Endvidere ønsker vi i forlængelse heraf, at undersøge hvilke tiltag som kan iværksættes for at højne gymnasieelevernes online dannelse, her med tanke på at kunne agere som oplyste borgere, aktivt deltage i den offentlige debat og på et nuanceret grundlag indgå i den demokratiske proces.

Litteraturen på området beskæftiger sig i høj grad med, hvordan det ændrede medielandskab påvirker de traditionelle nyhedsinstitutioner, og hvordan den ændrede brugeradfærd, i forhold til forbruget af nyheder, som i stadig stigende grad flyttes til de sociale medier, påvirker receptionen af nyhederne. Som vi præsenterer i det følgende, stiller flere forskere sig, ligesom os selv, kritiske i forhold til det faktum, at en stadig større del af individets nyhedsforbrug flyttes til sociale medier, hvis indhold styres af en uigennemsigtig algoritme.

Befolkningen flytter sig stigende grad væk fra de traditionelle massemedier og benytter i stedet sociale medier når de tilegner sig nyheder og samfundsrelateret viden. Bakshy, Messing og Adamic (2015) undersøger i et

studie millioner af amerikanske Facebookbrugere og viser, at i forhold til de informationer som disse præsenteres for, og hvad de i sidste ende konsumerer, så deler de, i deres online fællesskaber, betydeligt mindre indhold fra kilder med en anden holdning eller ideologi end deres egen. Deres undersøgelse viser, at brugerne, som følge af Facebooks algoritme, rundt regnet møder 15 procent mindre indhold, der udfordrer deres holdninger, mens de generelt set klikkede 70 procent mindre på indhold som de ikke i forvejen er tilbøjelige til at være enige i. Forskerne konkluderer at algoritmerne som styrer hvad brugerne eksponeres for i deres newsfeed spiller en rolle, men at individets eget valg spiller en større rolle i valget om ikke at tilgå indhold med modsatrettet indhold (Bakshy, Messing & Adamic, 2015). Deres resultater viser at algoritmen ikke er den afgørende faktor for hvad brugerne møder af indhold, som kan udfordre deres eksisterende holdninger og ideologier, men kombineret med menneskets tendens til at frasortere indhold som de ikke er enige i, er algoritmen med til at mindske brugernes chance for at tilegne sig et nuanceret nyhedsoverblik. Facebook og Google erstatter langsomt de traditionelle nyhedsmedier som gatekeepere for samfundet. Bozdog (2013) undersøger i forlængelse heraf, hvordan både teknologiske og menneskelige bias spiller en rolle i forhold til, hvilket indhold man møder på sociale medier. Hermida, Fletcher, Korell og Logan (2012) viser i en canadisk undersøgelse, hvordan sociale medier fylder mere og mere i canadiernes nyhedsforbrug. Brugere benytter eksempelvis Facebook til nyheder, fordi de mener, at det giver dem et bredt nyhedsoverblik. Brugere som fordyber sig i sociale medier er mere tilbøjelige til at modtage nyheder herpå, både fra deres online relationer og fra journalister. Den traditionelle gatekeeperfunktion, hvor medierne bestemmer indholdet, svækkes på sociale medier, da det i betydelig grad, i stedet er venner, familie og bekendtskaber som fungerer som redaktører i forhold til hvad brugerne præsenteres for (Hermida et al., 2012). Bro og Wallberg (2014) har ligeledes forsket i hvordan den øgede brug af sociale medier hos de unge nyhedsforbrugere resulterer i en ændring i gatekeepere når vi producerer, udgiver og distribuerer nyheder på sociale medier. Dworznik (2016) beskriver hvordan journalistik ikke længere har tid til at lade en historie udvikle sig, hvorfor de i stedet publiceres på sociale medier, som resulterer i nyhedsformidling som intet gør for at fremme befolkningens viden eller bidrage med kontekst.

Som følge af Facebooks stadig større rolle som platform for nyhedskonsumering undersøger Tremayne (2017), med fokus på fragmentering og homogenitet, indhold på de sociale medier i forhold til de traditionelle mediers agenda, for at teste teorier om offentlighedens adgang til forskelligt indhold. Studiet finder at de traditionelle nyhedsmediers agenda adskiller sig væsentligt fra den overordnede agenda på Facebook i forhold til hvilke

temaer som har hegemoni, hvorimod nyhedsagendagen, hos henholdsvis de traditionelle medier og Facebook, i højere grad afspejler hinanden. Overordnet set fylder underholdning med 40 procent enormt meget på Facebook i forhold til på de traditionelle nyhedsmedier, mens de temaer som nyhedsmediernes vælger at dække set udelukkende ud fra en nyhedsagenda, er de samme som facebookbrugerne (Tremayne, 2017). Med et stadig større nyhedsforbrug på Facebook er det problematisk at nyhederne i brugernes algoritmestyrede newsfeed konkurrerer med en så høj mængde af underholdningsrelateret indhold, sammenlignet med nyhedskonsumering gennem traditionelle kanaler. Befolkningen bliver i stigende grad afhængige af online medier, hvis indhold styres af en algoritme, som organiserer og vælger, hvad brugeren præsenteres for. I en stor spørgeskemaundersøgelse undersøger Rader og Gray (2015) brugernes viden om algoritmer og hvordan opmærksomheden på algoritmer muligvis kan eller vil have indflydelse på deres adfærd og interaktion med den algoritmestyrede platform. Deres undersøgelse viser en differentierede viden om algoritmerne og de potentielle konsekvenser de kan have for brugeren. Målet var at forstå interaktionerne mellem brugerne og algoritmen og de konkluderer at negative konsekvenser med et bedre kendskab til algoritmen hos brugeren, vil kunne undgås (Rader & Gray, 2015). Større kendskab til de sociale mediers opbygning og hvordan algoritmer bestemmer hvilket indhold brugeren præsenteres for vil have positiv effekt på problemstillinger, både for brugeren og for systemet, da det er plausibelt, at der eksisterer et skæl mellem, hvad brugerne ønsker, og hvad systemet præsenterer for dem (Rader & Gray, 2015). Winter, Brückner og Krämer (2015) undersøger hvordan journalistiske nyheder opfattes på sociale medier, og hvordan den sociale interaktion, fra andre brugere, med et opslag har indflydelse på den oprindelige artikel. De finder at kommentaren spiller en større rolle end antallet af visninger og likes, mens negative kommentarerer eller kommentarer som er relevante for den enkelte bruger, havde større effekt på receptionen end positive kommentarerer som forholder sig subjektivt til emnet (Winter, Brückner & Krämer, 2015). Deres studie viser at den sociale dimension af et nyhedsforbrug på sociale medier har konsekvenser for receptionen. Når vi er følelsesmæssigt, holdningsmæssigt eller personligt engageret i et emne har negative kommentarerer større betydning end objektive kommentarer. I forhold til deling af nyheder, viser Kalsnes og Larssons (2017) studier, at nyhedsdeling på og på tværs af sociale medieplatforme får stadig større betydning for vores nyhedsforbrug, men at vi ved meget lidt om, hvad der gør nyhedsstof populært i disse miljøer og hvilken slags nyheder som deles mest. Kalsnes og Larsson finder at *soft news* deles hyppigere end *hard news* (Kalsnes & Larsson, 2017).

DeVito (2016) undersøger hvordan Facebooks newsfeed, som en stadig voksende og mere indflydelsesrig spiller i vores informationsflow, specielt i forhold til nyheder, spiller en rolle for det indhold vi møder. I modsætning til redaktionelt indhold er det konstant foranderlige og uigennemsigtige algoritmestyrede newsfeed på Facebook meget svært at undersøge. DeVito finder, at hvilke nyheder du præsenteres for på Facebook i høj grad styres af ni overordnede faktorer, hvor dine facebookvenner spiller den største rolle. Han konkluderer at der er brug for konstante periodiske undersøgelser på tværs af discipliner før vi kan begynde at forstå, hvordan algoritmen er bygget op, og hvilke konsekvenser det kan have for brugerne (DeVito, 2016). Powers (2014, 2017) undersøger amerikanske collegestudernes opmærksomhed i forhold til, hvordan de nyheder de forbruger, i stigende grad personaliseres af algoritmer, som måske ikke er tydelige for brugeren. Ifølge Powers bør forbrugerne være opmærksomme på, hvordan de medier de benytter skræddersyer nyhederne efter brugernes smag. Han finder, at de amerikanske collegestuderede i høj grad er ubevidste om, hvilken rolle algoritmer spiller for deres nyhedsforbrug (Powers, 2017). For at være en velinformeret borger i den digitale tidsalder er det påkrævet at man evner at manøvrere gennem den stadig voksende strøm af nyheder og identificere indhold, der er troværdigt og nuanceret. Dette kendskab, kaldet *News literacy*, fylder stadig mere på uddannelserne i USA. Powers viser at brugerne oftest blot skanner information og ofte falder over nyheder online, i stedet for aktivt at søge dem frem. De har en stærk social interesse i nyheder, hvor de deler historier med andre, samtidig med, at de udviser tiltro til de sociale netværk og teknologgiens evne til at filtrere de nyheder de konsumerer. Hun konkluderer at respondenternes nyhedskonsumering online foregår automatisk og derfor mangler kritisk sans (Powers, 2014). Med det stigende antal af algoritmestyrede feeds mener Hamilton, Karahalios, Sandvig og Eslami (2014), at vi må rejse spørgsmålet om, hvorvidt brugerne er bevidste om algoritmer og filters rolle i forhold til deres nyhedsforbrug. Problemet er dog som de ser det, at hverken brugerne eller forskere har adgang til de faktiske proprietære algoritmer, som styrer hvilket indhold brugerne ser (Hamilton et al., 2014).

Som det fremgår er der inden for de seneste år blevet foretaget en betydelig mængde forskning, som på samme tid, eller separat, behandler sociale medier, nyhedsforbrug og bias forbundet hermed, som følge af det algoritmestyrede indhold. Herhjemme udgiver DR hvert år en rapport om medieudviklingen i Danmark, ligesom Slots- og Kulturstyrelsen, og forskere fra Roskilde Universitet, i samarbejde med Reuters Institute for the Study of Journalism ved Oxford University, hver især udarbejder en årlig rapport om henholdsvis danskerne på de sociale medier og danskernes

forbrug af nyheder. Derudover behandler Bødker (2013) Facebook i et nyhedsperspektiv. Hans forskning beskæftiger sig med, hvordan Facebook i modsætning til en klassisk nyhedscyklus, hvor det er redaktioner, som sætter dagsordenen, i dag virker som et kommentarfilter og som medie for cirkulation af udvekslinger, som betyder at den traditionelle formidlingskæde i forhold til nyheder forandres.

Christensen (2013) diskuterer Facebooks rolle i forhold til distributionen af nyheder. Han undersøger hvordan kommunikationen på Facebook påvirker massemedierne og understreger, at Facebook og andre sociale medier ikke kun er et sted massemedierne bliver nødt til at være til stede, men at disse nye medier også i høj grad forandrer massemediernes funktionsmåde nu og på lang sigt.

Som forskningsfelt er sociale medier en kompleks størrelse, da både medierne, teknologierne og brugerne konstant forandrer både funktioner, anvendelse og muligheder for, hvilke praksisser og handlinger, som delvist eller helt flyttes til de sociale medier. Som DeVito (2015) pointerer er der brug for konstante og periodiske undersøgelser af feltet, ligesom de årlige medierapporter er et vidnesbyrd herom. Vi ønsker at bidrage med viden til denne forskning i Danmark, hvor statistikken viser, at især de unge mediebrugere i stigende grad anvender de sociale mediers, og i særdeleshed Facebooks mange anvendelsesmuligheder til stadig flere forskellige formål, herunder tilegnelse og konsumering af nyheder. Når man kigger på udviklingen, er denne tendens tiltagende over årene, hvilket indikerer, at denne adfærd tages med videre i livet og dermed i fremtiden vil omfatte en stadig større del af danskernes medie- og nyhedsvaner og samtidigt eksponere flere for de bias, som kan være forbundet herved. Derfor mener vi, at det er vigtigt på nuværende tidspunkt, at adressere problemstillingerne forbundet ved det ændrede medie- og nyhedsforbrug og undersøge bevidstheden herom hos de brugere som i videst udstrækning afspejler denne nye medievirkelighed. I den sammenhæng mener vi, at al forskning indenfor området er kærkomment, og at vores meget lokale undersøgelse, skal ses som et led i en lang række andre lignende studier. Både for at bidrage til feltet, men ligeledes at afprøve de resultater, som vores undersøgelse og den eksisterende forskning fremlægger.

Videnskabsteoretisk afsæt

I dette kapitel præsenterer vi med hvilket videnskabsteoretisk afsæt, vi i rapporten anlægger i fortolkningen og i undersøgelsen af vores genstandsfelt med henblik på at kunne besvare vores problemformulering omhandlende unge danske gymnasieelevers brug af sociale medieplatforme til konsumerende af nyheder.

Vi har med afsæt i projektets arbejdsmetodiske fremgangsmåde opereret inden for det humanistiske paradigme, da vi anlægger et fortolkende perspektiv på genstandsfeltet. Vi retter os mod forståelse, og derfor benytter vi os af den kvalitative metode, hvilket udgøres af gruppeinterview og efterfølgende fokusgruppeinterview. Et paradigme er den dominerende teori og metode, der ligger bag det videnskabelige arbejde – den videnskabsteoretiske forståelse bag en forskning, forståelse for kommunikationsprocesserne og metodiske tilgang (Sepstrup & Fruensgaard, 2013, s. 36). Herudover er der det samfundsvidenskabelige paradigme, der har fokus på den kvantitative metodiske tilgang, der bygger på iagttagelser ud fra empirisk dokumentation og på sammenhænge, som kan måles (Sepstrup & Fruensgaard, 2013, s. 36). Vi inddrager i dette speciale enkelte værktøjer fra det samfundsvidenskabelige paradigme, da vi inddrager datamaterialer i form af statistikker og tabeller fra forskning om danskernes mediebrug. Dette gør vi, da vi ønsker at forstå vores genstandsfelt, ligesom denne viden også har fungeret som underbyggende data til vores kvalitative interviews.

Inden for det humanistiske paradigme arbejder vi med hermeneutikken, og vi ønsker i det følgende at redegøre for vores forståelse af dette, da vores undersøgelse fremkommer analyserende og beskrivende. Derfor tager dette udgangspunkt i den kvalitative metode. Vi vil argumentere for, at dette også afspejles i vores videnskabsteoretiske tilgang til specialet, da vi gennem processen har tilegnet os nye forståelser for genstandsfeltet gennem konstante fortolkninger. Med vores teoretiske inspiration fra den medierede diskursanalyse og med vores analytiske fremgangsmåde med udgangspunkt i nexusanalysen som rammeværk herfor, er vores videnskabsteoretiske ståsted i henhold til vores konkrete analyse således socialkonstruktivistisk, da det er gennem diskurser, som de italesættes af vores informanter, der agerer som det primære grundlag, hvorpå vi bygger vores analyse op, mens vi hele tiden forholder de diskurser som artikuleres med tekster i form af eksisterende forskning og relevant teori inden for området. Det er således gennem italesættelserne af informanternes medierede handlinger i deres nyhedsforbrug på sociale medier, samt den viden vi tilegner os for at blive velbevandrede inden for vores undersøgelsesfelt,

at vi forsøger at forstå de medierede handlinger og medierede midler i forhold til den sociale praksis, som vi undersøger.

Hermeneutik

Vores videnskabsteoretiske afsæt vil i dette speciale tage udgangspunkt i Hans-Georg Gadamer's tanker fra den filosofiske hermeneutik (Højberg, 2013, s. 290). Menneskets forståelse er, ifølge Gadamer, dannet på baggrund af en bestemt forforståelse, som udspringer af vores erfaringer, bevidstheden om os selv, verdens muligheder og begrænsninger (Gadamer, 2004, s. 269). Ud fra denne forståelseshorisont agerer mennesket i verden. Mennesket forstår kun et andet menneske, hvis disse har sammenligneligheder, og ud fra disse kan menneskene forstå hinanden (Gadamer, 2004, s. 305).

Når vi går ind til denne undersøgelse, så har vi qua vores uddannelsesmæssige baggrund og personlige interesser for undersøgelsesfeltets muligheder og funktioner en forforståelse for feltet, hvilket vi også drager nytte af i arbejdet med vores problemstilling. Dette bliver af Gadamer betegnet som en *erfaringshorisont* (Gadamer, 2004, s. 269). Vi er selv brugere af sociale medier, og vi har selv en del af vores nyhedsforbrug herpå, hvorfor vi også selv har en viden omkring, hvordan distributionen på diverse sociale medier foregår, og hvilke funktioner disse tilbyder på de forskellige platforme, der i dag anvendes af den brede befolkning. Dette har selvfølgelig haft en indflydelse på, hvordan vi i første omgang har tilrettelagt projektarbejdet, og vi kan heller ikke negligere, at det med høj sandsynlighed har haft indflydelse på de holdninger, som vi igennem forløbet har haft til visse sociale medieplatforme og nyhedsforbruget herpå. Vi kan dermed ikke sætte en parentes om vores viden indenfor emnet. Gennem litteratursøgningen og vores teoretiske og metodiske arbejde, har vi ligeledes tilegnet os en ny viden og forståelse for feltet. Dermed bliver vores forståelse hele tiden revurderet i forhold til den nye viden. Vi bliver med tiden klogere på, hvordan vi kan besvare vores problemformulering.

Mennesket fortolker verden forskelligt, hvilket også afspejles i holdninger og udlægninger, som følge af menneskets individuelle livsverden. Dette kan andre have svært ved at begribe (Pahuus, 2014, s. 238). Vi undersøger i dette projekt undersøgelsens indsamlede data, hvilket gøres ud fra vores indsigt og forståelse for emnet. Vores kvalitative interview er begge eksempler på, hvordan informanterne og respondenterne udlægger deres fortolkning af verden, da de her forsøger at give os en forståelse af, hvordan deres livsverden ser ud. Det er disse udlægninger, som vi efterfølgen-

de fortolker på ved hjælp af vores forståelse og viden. Denne nye viden skaber ny indsigt i undersøgelsen.

Udover vores videnskabsteoretiske afsæt i grundtankerne i Gardamers hermeneutik til bearbejdning af den indsamlede empiri fra vores kvalitative interview, så afspejler denne også vores arbejdsproces. Igennem de forskellige faser, som vi har gennemgået i udarbejdelsen af dette speciale, har vi opnået ny viden, der har gjort os klogere på undersøgelsesfeltet. Det er hele vores arbejdsproces, der udspringer af den hermeneutiske tilgang. Denne bliver dermed gennemgående i hele specialearbejdet, da vi for hvert skridt gennem processen hen i mod at kunne besvare problemformuleringen opnår ny viden. Fortolkningen ses som en bevægelse mellem del og helhed. Før vi kan forstå de enkelte dele er vi nød til at se dem i forhold til helheden. Denne vekselvirkning kaldes for den hermeneutiske cirkel, og den er et vigtigt aspekt inden for hermeneutikken (Gadamer, 2004, s. 269).

Denne erkendelsesproces er nødvendig for, at vi kan opnå en samlet erkendelse omkring problemstillingen. Denne proces benævnes af Gadamer som *horizontsammensmeltning* (Gadamer, 2004, s. 305). I denne opstår meningen, hvor man bliver i stand til at begribe og forstå det, som modparten kommunikerer. Vi bevæger os mellem vores forståelseshorizont og tekstens helhedsmening. Vi danner gennem denne vekselvirkning en erkendelse om tekstens udsagn. Dette medvirker til en dybere forståelse for undersøgelsens problem.

Det er ikke formålet med vores hermeneutiske bearbejdning af vores empiriske grundlag og litteratur at finde frem til en endegyldig sandhed om genstandsfeltet. Viden er ifølge hermeneutikken aldrig endegyldig, da man altid kan forske videre inden for et emne – der vil altid være mulighed for videre fortolkning (Collin, 2014, s. 241).

Socialkonstruktivisme

I socialkonstruktivismen betegnes fænomener som værende menneskeskabte (Collin, 2015, s. 420). Her er al viden en konstruktion af de sociale sammenhænge og relationer, som mennesket er en del af, hvorfor man i socialkonstruktivismen behandler fænomener som noget menneskeskabt. Erkendelsen sker derfor gennem bestemte forståelseshorisonter, der er historisk og kulturelt betinget (Collin, 2015, s. 420). Det er gennem disse sociale fællesskabers tankeformer, der indvirker ved konstruktionen af virkeligheden. Det er betydningen af sprog, der former konstruktionen (Collin & Køppe, 2014, s. 442). Måden hvorpå bestemte fænomener itale-

sættes i verden definerer for mennesket, hvordan dette erkendes. Vores forståelsesramme kommer fra de sociale relationer, som vi indgår i. Beskrivelsen af vores virkelighed kommer sig af historiske og kulturelle forhold. Dette sker i fællesskab med omverdenen, da denne erkender og italesætter fænomener.

Teoretisk fundament og metodologisk fremgangsmåde

Medieret diskursanalyse og nexusanalyse

Følgende afsnit har til formål at præsentere den primære teoretiske tilgang, som danner ramme og inspirationskilde, for dette speciale. Vores speciale tager afsæt i en af de nyere teorier inden for det diskursanalytiske felt kaldet *Medieret diskursanalyse* (MDA) og *Nexusanalyse* (NA), som er den metodologiske tilgang som knytter sig til MDA (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). Når vi skriver at teorien og den metodologiske tilgang herunder agerer som inspirationskilde, er det fordi teorien i sin form forskriver egentlige etnografiske undersøgelser, foretaget over en længere periode, som empirisk grundlag for ens undersøgelse og analyse. Hvordan vi lader os inspirere og drager nytte af centrale begreber vil blive præsenteret i den følgende gennemgang af teorien, samt blive uddybet yderligere i sin egentlige anvendelse i vores analyse.

MDA er udviklet af den amerikanske diskursanalytiker Ron Scollon, som også har udviklet NA i samarbejde med Suzie Wong Scollon (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90).

Tilgangen har sin oprindelse inden for det diskursanalytiske felt, og har flere lighedspunkter med den kritiske diskursanalyse som den præsenteres af eksempelvis Norman Fairclough (Phillips, 2015, s. 302).

Medieret diskursanalyse forstås som den egentlige teori, mens Nexusanalysen tilbyder et fleksibelt rammeværk for, hvordan man kan foretage konkrete undersøgelser med en sådan teoretisk tilgang (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). Som udgangspunkt fokuserer medieret diskursanalyse ikke på sprog, men i højere grad på sociale handlinger, som bliver medieret af kulturelle artefakter, hvorunder sprog ganske vist anses om en af disse artefakter, som ofte medierer vores sociale handlinger. Inden for medieret diskursanalyse er det dog vigtigt at være åben for, at andre kulturelle artefakter ligeledes kan have betydning for den måde som vi handler på (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). Samtidigt er det i diskursive studier af individets online liv, vigtigt at forstå sammenhængen mellem online og offline, og hvordan det, mennesker gør, siger og viser online afspejler resten af deres tilværelse (Bouvier, 2016, s. 7).

Inden for tilgangen er fokus på sociale handlinger, som er tæt forbundet med vaner, regler og erfaringer gennem tid (habitus), i højere grad end på diskurser eller sprog – diskursiv praksis ses som én form for social praksis, men ikke som den eneste (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90).

Overordnet set kan medieret diskursanalyse anskues som en teoretisk tilgang inden for det diskursanalytiske felt, hvor nexusanalysen er et teoretisk og metodologisk rammeværk baseret på den medierede diskursanalyses teoretiske værktøjskasse (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90).

Med nexusanalysen har man som forsker både fokus på konkrete handlinger og tilfælde af sprogbrug i praksis, mens man ligeledes fokuserer på de institutionelle og samfundsmæssige strukturer, som omkredser ens undersøgelsesfelt, samt hvordan disse er gensidigt forbundet (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Medieret diskursanalyse og nexusanalyse er uadskilleligt forbundet i og med, at nexusanalysen er direkte udledt af medieret diskursanalyse (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Begge tilgange adskiller sig fra andre diskursanalytiske tilgange ved at interessere sig for, hvordan diskurs og sociale relationer bliver medieret ved hjælp af mennesker, interaktioner, artefakter, tid og rum (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Medieret diskursanalyse og nexusanalysens interesse i at være med til at løse praktiske problemer i samfundet, gør at anvendelsen stemmer godt overens med den problemorienterede læring som drives på Aalborg Universitet (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 91).

Tilgangene er udviklet, da man ifølge Scollon ikke vil få meget ud af kun at analysere diskurs som sprog, for eksempel gennem interview, da dét, de sociale aktører siger om deres sociale praksis, ikke nødvendigvis er lig med den habitus de i virkeligheden har (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92). Denne anskuelse forsøger vi at imødekomme ved at tilegne os en bred forståelse for feltet og de sociale aktører i den første del af analysen, hvor vi således forsøger at tilegne os en viden om vores informanternes nyhedsforbrug gennem logbøger over deres handlinger, når de konsumerer nyheder. Logbøger (dagbøger) er en måde at få et indblik i sociale aktørers sociale handlinger, når en egentlig etnografisk undersøgelse ikke er mulig, hvilket vi vil beskrive nærmere i afsnittet om vores metodologiske tilgang, hvor vi benytter en mixed methods tilgang for netop at imødekomme de problemstillinger vi måtte støde på, når vi ikke foretager egentlige etnografiske studier på vores informanter. Vores metodetriangulering skal her sikre, at vi ligeledes nærmer os neutrale observationer af vores informanternes handlinger.

I det følgende vil vi præsentere en række begreber, som er centrale inden for medieret diskursanalyse og nexusanalyse.

Medieret handling og medierede midler

Mellem en handling og kulturelle artefakter eksisterer et dialektisk forhold, da de gensidigt påvirker hinanden. Medierede midler dækker både over sprogbrug og over materielle værktøjer, som computere, medier, møbler, bevægelser osv. (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Vi benytter sprog, teknologi og andre medierede midler med afsæt i vores erfaringer, som altid er situeret sociohistorisk (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Med brugen af medierede midler indgår man i større diskurser. En medieret handling kunne i henhold til vores undersøgelsesfelt være nyhedsforbrug på et socialt medie eller forum, hvor der både er tale om en fysisk handling, som foregår i en bestemt kontekst, for eksempel under transport, hvor omgivelserne sætter nogle rammer for forbruget, ligesom den enhed der benyttes sætter en bestemt brugerflade til rådighed. Samtidigt tilbyder det sociale medie en række funktioner, som gør det muligt for forbrugeren at interagere med opslaget og/ eller andre brugere omkring den konkrete nyhed, som han/ hun konsumerer. Samtidigt kan komme andre notifikationer som brugeren skal forholde sig til. Hvordan denne medierede handling udspiller sig afhænger af brugerens habitus, altså erfaringen med den konkrete medierede handling (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94-95).

Site of engagement

Site of engagement henviser til det konkrete tidspunkt og det sociale rum, hvori de sociale handlinger finder sted og dækker dermed over de sociale omstændigheder, som muliggør denne medierede handling (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 95-96).

I vores undersøgelse kan et site og engagement være et øjebliksbillede fra informanternes logbøger, hvor et screenshot af deres medierede handling, samt deres beskrivelse heraf er et unikt øjeblik. I vores konkrete analyse er vi bevidste om, at logbogen er informanternes billede af deres nyhedsforbrug, hvilket kan vise et andet billede end det egentlige forbrug. Dette forsøger vi at imødekomme ved at gå i dialog med informanterne under vores gruppeinterview med disse. Vores interaktion med gymnasieleverne kan således også ses som et konkret site og engagement i vores analyse, da de sandheder og refleksioner, som skabes i samspillet mellem informanterne og os, ligeledes udgør et øjebliksbillede.

Kombinationen af logbøgerne og den efterfølgende dialog, skal gerne, jf. vores mixed methods tilgang, give os et mere retvisende billede af gymnasieelevernes nyhedsforbrug.

Praksisbegrebet

En medieret handling kan kun forstås i forhold til praksis, da den altid er en sammenfletning af social praksis og medierede midler. Handlinger reproducerer således sociale strukturer, som ikke kun er gældende for den specifikke situation, hvormed praksis er forbundet med habitus (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96). En social praksis er når en bestemt handling bliver forstået og brugt af majoriteten af deltagere på den samme måde – når en medieret handling, et enkelt tilfælde ses i en kæde af handlinger med en historie er det et eksempel på en social praksis (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97).

Nexus of practice

Nexus of practice dækker over det felt, hvor mennesker, diskurser, steder og medierede midler krydser og ender i social handling (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Scollon og Scollon udviklede begrebet for at begrebsliggøre tilfælde og situationer, som har fællestræk, men som ikke betragtes som praksisfællesskaber (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Et nexus of practice er ikke et fysisk sted, men i højere grad en genre af aktiviteter og af de personer, som indgår i disse (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Nexus of practice defineres af Scollon som en specifik diskurs eller et aktivitetssystem, hvor aktørerne har lært at manøvrere i forskellige situationer nogenlunde ens. Ligner de forskellige aktørers erfaringer og forståelser af forskellige situationer hinanden er disse aktører en del af samme nexus of practice (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97).

Community of practice

I modsætning til nexus of practice, som opfattes som et løst fællesskab, dækker community of practice over en tæt knyttet gruppe af mennesker, som har et indgående kendskab til hinanden, og som ofte interagerer indbyrdes med et fælles formål med kommunikationen (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 98). Man kan argumentere for at gymnasieeleverne indgår i et community of practice både på skolen men også online på de sociale medier, hvor de kommunikerer, deler og liker indhold og inddrager hinanden i deres eget forbrug på platformene. Vi som forskere er ikke en del af dette community of practice, og vil selv ikke med adgang kunne opnå en sådan status over den relativt korte periode, som vores undersøgelse strækker sig over. Vi er i højere grad en del af informanternes nexus of practice, da vi selv er brugere af sociale medier og har en stor del af vores nyhedsforbrug online og derfor har et kendskab til. Når informanterne beskriver deres medierede handlinger og medierede midler forstår vi derfor betydningen af deres udsagn og er således ikke novicer inden for det nexus of practice vi undersøger.

Diskurscyklus

Både medieret diskursanalyse og nexusanalysen tager udgangspunkt i at forstå medierede handlinger, midler og aktører som del af en sociohistorisk proces, hvormed de har en fortid og er med til at skabe en fremtid (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99). Det er vigtigt ikke at se kontekst-uafhængigt på et bestemt site of engagement, men i stedet analysere disse i forhold til en række omkredsede faktorer, som eksempelvis hvordan de medierede handlinger relaterer sig til andre steder, praksisser og diskurser (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99). Her er det relevant at arbejde med begrebet diskurscyklus, som dækker over den opfattelse at social handling sker i krydsfeltet mellem aktørernes livserfaring, stedets diskurser, samt den interaktionsorden som er gældende i den konkrete situation (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99-100).

Med aktørens livserfaring forstås den samlede erfaring individer eller grupper har med sociale handlinger og det er via en livserfaring, at man lærer at benytte forskellige medierede midler (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 100). "[...] i NA er *'historical body'* en levende organisme, som agerer i verden på baggrund af erfaringer, som han eller hun hele tiden samler" (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101). Over tid og i takt med at man som bruger bliver vant med eksempelvis en bestemt teknologi bliver handlingerne en indlejret del af ens praksis og dermed en del af aktørens livserfaring (s. 101). Aktørens livserfaring ændres en gradvist når nye erfaringer og sociale praksisser kommer til, hvormed et individ ikke kun er medlem af et segment, som i Bourdieus habitusbegreb, men i stedet ses som en aktiv "[...] medbygger og udvikler af sociale praksisser" (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101). Aktørens livserfaring er en ustabil størrelse, som er i konstant interaktion med de miljøer, som personen er en del af (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101).

Interaktionsordenen som begreb dækker, med inspiration fra Goffman, over, hvad der sker mellem sociale aktører i bestemte situationer, samt hvad deres forhold er indbyrdes i konkrete situerede aktiviteter (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102). Scollon og Scollon understreger at der er forskel på, hvordan sociale aktører opfører sig alt efter, hvilken social sammenhæng de indgår i (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102). I nexusanalysen benyttes begrebet for at beskrive det situerede forhold mellem de interagerende sociale aktører. I den konkrete analyse er det vigtigt at forstå disse typiske interaktionsordener, som eksisterer inden for de centrale diskurscyklusser i det nexus of practice, man undersøger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102). Det er her at vi i analysen tilegner os viden om

den moderne nyhedsforbruger i det senmoderne samfund og på sociale medier.

Alle steder i verden er udgjort af komplekse sammenkoblinger eller enheder af diskurser, som cirkulerer igennem dem, hvor nogle af disse cirkulerer langsomt, mens andre cirkulerer hurtigt. Stedets diskurs forstås som det, at konkrete steder har indflydelse på, hvad der sker og tales om (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102). Stedet diskurser understreger vigtigheden af at vi er nød til empirisk at undersøge, hvilke diskurser, som er relevante og hvilke der er irelevante i henhold til det konkrete sted, hvor handlingerne vi er interesserede i finder sted (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102).

Enhver type af social handling er formet af forskellige diskurscyklusser, som henviser frem og tilbage i tiden, hvormed vi ikke analyserer konkrete tilfælde af social handling isoleret set.

De metodologiske anbefalinger fra NA er desuden med til at anskueliggøre, hvordan man kan gribe dataindsamlingen an, og hvorledes man efterfølgende kan navigere i de indsamlede data (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 109). Det netop i bearbejdningen af daten og som struktur for analysen, at vi lader os inspirere af tilgangen.

Med MDA undersøger man, hvordan diskurs og sociale relationer bliver medieret ved hjælp af interaktioner, mennesker, artefakter, rum og tid, hvormed man med MDA altid spørger: *"Hvilke(n) social(n) handling(er) finder sted her?"* og efterfølgende *"Hvilken rolle spiller diskurs i de(n) handling(er)?"* (Jones & Norris, 2005; Scollon, 2001; Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Formålet er at kortlægge de centrale, men ikke nødvendigvis diskursive praksisser inde for en undersøgelsesfelt (Scollon & Scollon, 2004, s. 8).

Analysen har fokus på og er interesseret i et bestemt socialt problem eller nogle bestemte sociale praksisser. Undersøgelsen analyserer forholdet mellem diskurs og teknologi, mens man stadig placerer analysen inden for en større social, samfundsmæssig og kulturel kontekst (Scollon & Scollon, 2004, s. 7).

Den metodologiske fremgangsmåde i nexusanalysen består af tre aktivitetsfaser

1. Engagement
2. Navigation
3. Forandring

I centrum heri består de medierede handlinger, man som forsker er interesseret i at undersøge (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103).

Engagement

Den første fase af ens analyse består i at finde de centrale sociale aktører og sociale handlinger inden for det konkrete felt, man ønsker at undersøge. Ens erinde i denne første fase er altså at blive så velbevandret inden for det konkrete nexus of practice, at man forstår, hvad der foregår (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103). Man afsøger at forstå de praksisser, som foregår, med særlig fokus på de erfaringer, som deltagerne har, altså hvordan de forstår og italesætter deres medierede handlinger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105).

Engaging the nexus of practice lægger op til at kombinere forskellige metoder (metodetriangulering). Scollon og Scollon anbefaler, at man mindst indsamler fire slags data i denne fase.

1. Medlemmers generaliseringer
2. neutrale observationer
3. individuelle medlemmers oplevelser
4. observatørens interaktion med medlemmerne

Vores anvendelse med inspiration heri:

1. Forskningsrapporter om medie- og nyhedsforbrug med primær fokus på de unge aldersgrupper – dette giver os medlemmernes generaliseringer.
2. Neutrale observationer i form af logbøger udført af ni gymnasieelever over en periode på fem dage.
3. Individuelle medlemmers oplevelser gennem interview.
4. Observatørens interaktion med medlemmerne, hvor eventuelle uoverensstemmelser mellem, hvad medlemmerne gør og siger, kan diskuteres. Vi kombinerer 3 og 4 i et gruppeinterview med gymnasieeleverne, hvor vi både får dem til at sætte ord på deres handlinger og deres tanker herom, samt bringer vores egen viden i spil for

på den måde at nå en dybere og bedre forståelse for feltet og de sociale aktørers handlinger og refleksioner herom.

Disse metoder, som er grundigt gennemgået i Scollon og Scollon (2004), fieldguide, vil alle give forskellige forståelser og perspektiver på det nexus of practice, man undersøger, og man sikrer derved en grundig metodetriangulering. Metoderne kan medføre forskellige resultater, men dette anses ikke som et problem, men snarere som et emne, man kan tage op i dialog med deltagerne (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105).

Dette var tilfældet for os i forhold til observationerne fra logbøgerne, samt vores viden om unges medie og nyhedsforbrug fra medieforskningsrapporterne på området.

Engagingfasen går ud på at opnå en *zone of identification* og danne overblik over det nexus of practice, som man undersøger. At opnå zone of identification vil sige, at ens forskningsaktiviteter smelter sammen med ens deltageraktiviteter inden for det konkrete NoP (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105-106).

Det svært gennem en undersøgelse som vores, som ikke strækker sig over en længere tidsperiode, eller, hvor det ikke er muligt at få adgang til at foretage egentlige etnografiske studier at opnå en fuldkommen zone of identification – vi må trække på den viden vi kan tilegne os gennem andre studier af lignende karakter, samt tage udgangspunkt i den data vores valg af metoder bringer os. Logbøgerne ses som et alternativ til neutral observation i form af faktisk etnografisk undersøgelse, da en sådan ikke var mulig for os at fortage, mens at vi i højere grad læner os op ad større kvantitative og kvalitative undersøgelser, når vi ønsker at danne os et billede af den generelle adfærd indenfor feltet.

For at sikre os at vores forståelse er rigtig/korrekt, så afholder vi et fokusgruppeinterview med lignende informanter, hvor de også bliver bedt om at sætte ord på deres egne sociale handlinger i forhold til undersøgelsesfeltet, mens vi ligeledes bringer vores viden fra gruppeinterviewet i spil – dette for at se om disse andre deltagere kan genkende, hvad vi som forskere fortæller om situationen (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105).

Navigation består i at kortlægge og organisere de data, som man har indsamlet under engagement-fasen. Det er i denne fase at dokumentation og den egentlige analyse finder sted. Vores kortlægning gennem tematisering af vores samlede datamængde og thematic network analyse af grup-

peinterviewet med gymnasieleverne fra Turøgade Handelsgymnasium, finder frem til centrale diskurscyklusser, som danner ramme om vores analyse i navigating the nexus of practice. I vores konkrete analyse, må vi som nævnt forholde os til de medierede handlinger, som de italesættes af informanterne, mens screenshots fra logbøgerne, deres beskrivelser heraf, samt vores dialog med informanterne undervejs i analysen, alle ses som sites of engagements. Vi undersøger det nexus og practice, som er unges nyhedsforbrug på sociale medier, undersøgt i en lokal kontekst med 9 gymnasieelver fra Handelsgymnasiet Turøgade i Aalborg. Konteksten hvori vores samtale foregår kan betegnes som et community of practice, idet informanterne har et indgående kendskab til hinanden og deres sociale praksis. Vi er ikke en del af dette community, men har opnået en zone of identification med det nexus of practice, som vi undersøger gennem vores samtale med informanterne, vores egen brug af de omtalte medier og vores egne levede erfaringer med de medierede handlinger og midler, som er forbundet ved at tilegne sig en stor del af ens nyhedsforbrug online. De diskurscyklusser, som danner de centrale temaer i besvarelsen af vores problemformulering er således udledt af vores samlede datamængde men tager særligt afsæt i den data vi har indsamlet fra gymnasieelverne i den lokale kontekst som vores analyse tager afsæt i. Vi forholder løbende gennem analysen den viden vi opnår gennem vores interaktion med informanter i forhold til en række større Diskurser, for netop at forstå den lokale kontekst i henhold til den brede viden om feltet, som vi har tilegnet os gennem førende forskning inden for danskernes medie- nyhedsforbrug, samt samfundsmæssige og sociologiske teorier om individet, og dermed også forbrugeren, i det senmoderne samfund.

I forandringsfasen ser man som forsker på, hvilken indflydelse ens analyse har, eller potentielt kan få på det felt, som man undersøger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103). Man har som deltager i det NoP, som man undersøger og forsøger at forstå, været med til at facilitere den forandringsproces, der finder sted hos deltagerne (Scollon & Scollon, 2004, s. 177). Denne forandringsproces har fundet sted gennem en række aktiviteter som for eksempel at optage interviews, tage noter, skrive og generelt dokumentere processen (Scollon & Scollon, 2004, s. 177). Det er væsentligt at notere sig, at Scollon og Scollon også beskriver, at forandringsprocesserne finder sted løbende med arbejdet. Disse forandringsprocesser bliver til med baggrund i arbejdet med at dokumentere de medierede handlinger og indgå i diskurser med deltagerne. Med udgangspunkt i disse kan man være med til at skabe nye muligheder for handling (Scollon & Scollon, 2004, s. 152).

Metodologisk tilgang

I dette afsnit vil vi redegøre for den valgte metodiske tilgang samt diskutere beslutningen herfor.

Mixed Methods

Vi mener, med tanke på specialets genstandsfelt, unge danskeres nyhedsforbrug på sociale medier, at det vil højne undersøgelsens validitet og reliabilitet, at inddrage forskellige metodiske tilgange. Mixed methods er ikke en ny metodisk tilgang – den har været anvendt i mange år. Dog er det først gennem de sidste tyve år, at forskere er begyndt at begrebsliggøre tilgangen (Frederiksen, 2014, s.9). Tidligere har forskning med et flermethodisk sigte været præget af ”kampe” mellem kvalitative og kvantitativt orienterede forskere (Frederiksen, 2014, s. 11).

Blandt kvantitativt orienterede forskere er mixed methods blevet fremstillet i et positivistisk syn, hvor der kun findes én objektiv virkelighed. Denne triangulering kombinerede metoder med overlappende styrker og svagheder. Det ville sige, at dér, hvor den ene metodiske tilgang havde en svaghed, kunne en anden tilgang gå ind og holde denne svaghed i skak med sin egen styrke (Frederiksen, 2014, s. 11).

Kvalitative forskere, med et interpretivistisk syn, havde derimod haft fokus rettet mod sociale og psykologiske fænomener i deres ”’naturlige’ sociale kontekst” (Frederiksen, 2014, s. 11). Denne metodetriangulering bliver, også i nutidig forskning, opfattet som et kvalitativt foretagende, hvor forskellige metodiske tilgange giver mere nuancerede billeder af sociale processer, og dette vil give en bredere indsigt i fænomenet. Dette er med til at danne grundlaget for etnografisk feltarbejde (Frederiksen, 2014, s. 11).

Inden for mixed methods-forskningen opfordres der til, at man i studier, der inddrager forskellige metoder, eksplicit forholder sig til studiet som et mixed methods-design, og at man specificerer, ”*hvad der mixes, hvorfor det mixes, hvordan det mixes og hvad mixed methods-designet bidrager med i det konkrete projekt*” (Frederiksen, 2014, s. 8). Dette vil i højere grad gøre læseren i stand til at vurdere, hvilke styrker og svagheder designet medfører undersøgelsen. Mixed methods kan altså *ikke* blot reduceres til en kombination af kvalitative og kvantitative data (Frederiksen, 2014, s.7). Der er tale om, at den metodiske tilgang skal tages op på et niveau, hvor der redegøres for alle valg og fravalg samt argumenteres for, hvorfor kombinationen af de valgte metodiske tilgange giver undersøgelsen værdi og

hermed øget validitet. For at kunne argumentere for en valgt metodekombination, så er man nød til at kigge på, hvad de forskellige metodiske tilgange har af styrker, samt hvilke svagheder eller bias de har. Dette skal sammenholdes med de muligheder, som teori og genstandsfeltet giver for det empiriske genstandsfelt (Frederiksen, 2014, s. 14).

Når den kvantitative-kvalitative dikotomi ikke længere fastlægger de ”rigtige” valg af metoder, der kombineres, så er der behov for et nyt vokabularium, der beskriver, hvad de forskellige metoder er gode eller dårlige til. John Brewer og Albert Hunter beskriver, *at* de metoder, som anvendes i samfundsvidenskaberne kan placeres i fire grupper eller forskningsstilarter (Frederiksen, 2014, s.14).

De argumenterer for, at der er tale om fire stilarter, som de kalder for *feltarbejde*, *interviewmetoder*, *eksperimenter* og *ikke-indgribende metoder*. Deres klassificeringer er empirisk, ikke teoretisk, etableret (Frederiksen, 2014, s.14). For at kunne kalde sin tilgang for ’mixed methods’, så skal metodedesignet bestå i at blande to eller flere stilarter. ”*Brewer og Hunters klassifikation af stilarter adresserer imidlertid ikke den del af den kvantitative-kvalitative dikotomi, der rent faktisk drejer sig om metode: undersøgelsens skala*” (Frederiksen, 2014, s. 14).

Forskellige kombinationer af metodiske tilgange producerer forskellige mængder af data, hvorfor det er vigtigt at forholde sig til, hvad det konkrete valg af metodekombinationer kan give af data. Dette kaldes inden for mixed methods-forskning for *skala* (Frederiksen, 2014, s. 14).

Skala har en stor betydning for ”*hvilke typer af resultater en undersøgelse kan skabe, hvilke hypoteser den kan teste og hvilke former for generaliseringer der kan foretages.*” (Frederiksen, 2014, s. 15). Frederiksen pointerer dog, at det er vigtigt, at man ikke forstår skala som en modsætning til mikro og makro, struktur og aktør, det objektive og det subjektive eller lignende paradigmatiske modsætninger. Skala skal derimod forstås som en egenskab ved den datamængde, som en given metodekombination producerer.

I mixed methods-forskning er det vigtigt, at man tænker på, hvad visse stilarter kan give af data med henblik på at opnå en vis skala-”trappe” i undersøgelsesdesignet.

”For det første er det en kontrast, der på mange måder kan berige materialet og analysen ved at skabe kontraster eller skala-”trapper” i undersøgelsen. For det andet er det ofte via skala, at forskellige aspekter af en forskningsgenstand kan tematiseres teoretisk. Endelig

er det væsentligt, fordi skalaaspektet muliggør mixed methods-forskning inden for én forskningsstilart som f.eks. i kombinationer af spørgeskemaer og kvalitative interview inden for interviewstilarten eller kombinationen af samfundshistorie og individuelle biografier for de ikke-indgribende metoders vedkommende”

(Frederiksen, 2014, s. 15).

Fokusgruppeinterview

For det første er det vigtigt at fastslå, at et fokusgruppeinterview ikke er det samme som et gruppeinterview (Halkier, 2008, s. 9). Det ses ofte ved semistrukturerede gruppeinterviews, at interviewereren i høj grad interagerer med den interviewede i form af mange direkte spørgsmål og svar. Dette står i kontrast til fokusgruppeinterviewet, hvor interaktionen foregår mellem deltagerne i fokusgruppeinterviewet. Interviewets rammesætning er sat af fokusgruppens moderator, men datamængden fra situationen bliver dannet på baggrund af respondenternes interne interaktion. Hermed er det ikke moderatorens opgave at pejle respondenterne i en retning, som han/hende gerne vil. Det er netop denne kombination af gruppeinteraktionen og det forskerbestemte emne-fokus, der er kendetegnende for fokusgruppeinterviewet (Halkier, 2008, s. 9).

Fokusgruppernes kombination af henholdsvis gruppeinteraktion og emnefokus gør dem kompetente til at producere empirisk data, der fortæller noget om betydningsdannelser i grupper (Halkier, 2008, s. 10). Betydningsdannelsen foregår som en del af menneskets sociale erfaringer. *”Hvad foretager mennesker sig, hvor, hvornår, sammen med hvem, hvordan oplever de det, og hvordan bliver oplevelsen brugt til at forstå andre situationer?”* (Halkier, 2008, s. 10).

Sociale erfaringer bliver ofte til *selvfølgelige repertoarer*, som anvendes, når mennesket, i samspil med andre mennesker, går gennem hverdagen. Mange af disse repertoarer er så selvfølgelige, at de sjældent italesættes. De er så indlejret i måden, som vi interagerer med hinanden på, at denne forståelse ikke aktivt kommer til udtryk. Dette kaldes for tavs viden i menneskets praktiske bevidsthed (Halkier, 2008, s. 10).

Fokusgruppeinterviewet giver potentielt muligheden for, at disse ellers ikke-italiesatte repertoarer kommer til udtryk. *”Fokusgruppeinterviews er gode til at producere data om mønstre i indholdsmæssige betydninger i gruppers beretninger, vurderinger og forhandlinger”* (Halkier, 2008, s. 10). På denne måde bliver det ofte tydeliggjort, hvad en sammensat gruppe kan blive enige om og ikke mindst, hvad de ikke kan blive enige om. Settingen giver nemlig mulighed for, at deltagerne *”tvinger”* hinanden til at

være eksplicitte i forhold til at italesætte den ellers tavse viden, den viden som i hverdagen ikke bliver italesat eller markeret.

Vi er optaget af, at få belyst vores genstandsfelt fra flere vinkler, hvilket vores metodiske tilgang også bærer præg af. Dette er vi optaget af, da vi ønsker en høj validitet af undersøgelsens resultater. Bente Halkier skriver således i forhold til dette ønske følgende:

”Tit kan det være en gode idé – hvis der er ressourcer til det – at kombinere flere forskellige metoder til dataproduktion inden for et forsknings- eller studenterprojekt. Hvis man hælder mest til den positivistiske eller realistiske ende af videnskabsteorien, så kan man argumentere for, at kombinationen af flere metoder kan fungere som triangulering (Fern, 2001: 176-79). Det vil sige, at de forskellige typer data om samme emne kan udgøre et slags check af hinanden pålidelighed. Siger folk nu det samme, når de er i en fokusgruppe, som når de bliver interviewet alene? Triangulering kan på denne måde højne validiteten af undersøgelsens resultater”

(Halkier, 2008, s.15).

Fordele og ulemper

Den primære styrke ved fokusgruppeinterviewet som metode til at producere data, der ikke opnås ved andre tilgange er, at metoden giver mulighed for at producere data, der fortæller noget om sociale gruppers fortolkninger, interaktioner og normer. Metodens evne til at få deltagerne til at sætte ord på nogle selvfølgeligheder giver en vinkel, som det enkelte enmandsinterview ikke giver. Det er også her, at gruppens deltagere kan få diskuteret nogle selvfølgeligheder, der muligvis ikke deles af alle i gruppen. Denne gruppeinteraktion giver således en anden mængde data (Halkier, 2008, s. 13). Generelt for interviewet som metode til dataindsamling er *”Det at tale med andre mennesker er særdeles anvendeligt, når vi ønsker viden om deres liv og erfaringer [...]”* (Brinkmann & Tangaard, 2015, s. 21).

Fokusgruppeinterviewet er dog ikke egnet til at producere data om individers livsverdener, da deltagerne ikke får den samme rum tid til at udtrykke sig, som hvis de blev interviewet enkeltvist (Halkier, 2008, s. 13).

Fokusgruppeinterviewet har også den udfordring, at deltagerne skal snakke om et emne, hvor deres holdninger kommer til udtryk. Der kan være situationer, hvor en deltager ikke udtrykker sig sandfærdigt på grund af, at deltageren er bevidst omkring, at vedkommendes holdning differerer fra den, i konteksten, socialt accepterede holdning. Dette kan

f.eks. være hvis fokusgruppeinterviewet foregår på en arbejdsplads, hvor daglige rutiner eller lignende bliver diskuteret. Sidder chefen af arbejdspladsen til mødet, så kan en deltager være bange for at udtrykke sig sandfærdigt. Det kan også være, at vedkommende er bange for, at de andre deltagere vil gå videre med informationen efterfølgende. Det er dog også usikkert, om denne fejlkilde vil komme til udtryk i et enkeltmandsinterview, selvom det udelukkende blev italesat til en interviewer. Det er efterfølgende op til moderatoren af fokusgruppen at finde frem til den ”korrekte” forståelse (Halkier, 2008, s. 13). Brinkman og Tanggaard refererer til Holstein og Gubrium som gør opmærksom på, ”[...] *at interviewet ikke må betragtes som en neutral teknik til at opnå upåvirkede svar fra informanten. De påpeger, at interviewet må ses som en aktiv interaktion mellem to eller flere personer, der leder til socialt forhandlede, kontekstuelte baserede svar*” (Brinkman & Tanggaard, 2015, s. 30).

Benny Karpatschof beskriver i denne sammenhæng, hvordan forskerens måde at agere på i interviewsituationen spiller en rolle for den data, som genereres:

”[...] forskerens personlige optræden og væremåde bliver en afgørende betingelse for en vellykket indsamling af information. Der er her to forskellige faser, som hver i sær kan spolere undersøgelsen eller muliggøre et godt resultat:

- *Etablering af kontakt*
- *Fastholdelse af kontakt*”

(Karpatschof, 2015, s. 455).

Karpatschof pointerer, at der ofte vil være en barriere, som skal overskrides, før der kan etableres en reel kontakt mellem undersøger og informant. I vores tilfælde kommer vi udefra og skal interagere med gymnasieeleverne fra Turøgade. Vi skal undersøge denne gruppe udefra. Dette skal forstås på flere måder. Vi kommer geografisk udefra, og vi kender dermed ikke informanterne på forhånd, men vi skal også finde hinanden kulturelt. Det var med tanke på dette, at vi forud for udførelsen af logbøgerne mødtes med informanter, hvor vi snakkede og diskuterede opgaven og dens problemfelt. På denne måde sigtede vi efter at nedbryde den kulturelle barriere, der måtte være.

Det er en fordel, hvis man før et fokusgruppeinterview, har brugt en anden metode som en salgs ”pilot-metode” (Halkier, 2008, s. 16). På denne måde vil man kunne opnå en større forståelse for fokusområdet og dermed kunne præcisere rammesætningen for fokusgruppeinterviewet.

Gruppeinterview

Eftersom at vi i *Engaging the nexus of practice* skal få en forståelse for de praksisser der foregår, så har vi i den kvalitative forskning valgt at afholde et gruppeinterview med studerende fra handelsgymnasiet på Turøgade i Aalborg. Formålet med interviewet består i, at vi ønsker at få en bedre forståelse for, hvordan disse studerende forstår de praksisser, der foregår og specielt de erfaringer, som deltagerne har – hvordan de forstår og verbaliserer deres medierede handlinger. Vi undersøger i dette speciale, hvilken betydning danske studerendes brug af sociale medier har for deres nyhedsforbrug, og hvordan er deres bevidsthed er forbundet herved. Derfor har vi taget kontakt til disse studerende, der i dag går i 2. G. *"Herbert Blumer recommends bringing together several knowledgeable observers who are familiar with the social situation under investigation into a discussion or research group"* (Frey, 1991, s. 177).

Vi har, som tidligere beskrevet i rapporten, også indsamlet et kvantitativt datasæt, der formidler informationer om danskernes brug af nyhedsmedier. Dog mener vi ikke, at disse tal kan stå alene, da der kun er tale om kvantitativ data. Vi ønsker at få undersøgt, hvilken betydning nyhedskonsumeringen på sociale medier har for de studerende, og om disse er bevidste om hvilken indflydelse, det kan have på deres nyhedsforbrug. Derfor ønsker vi også kvalitativt at undersøge feltet.

"This group is more valuable many times over than any representative sample. The group discussion will serve to revise or solidify the researchers image of the reality of a social setting" (Frey, 1991, s. 177).

Vi har redegjort for, at Bente Halkier mener, at man med fordel, forud for et fokusgruppeinterview, kan udføre en slags "pilot-metode". Dette bakkes også op af James H. Frey, der skriver: *"[...] group interviews can be used in a post-test context where representatives of the population under study are asked to interpret certain results"* (Frey, 1991, s. 178).

Vi mener dog ikke, at gruppeinterviewet kan degraderes til en "pilot-metode". I vores tilfælde benytter vi gruppeinterviewet, som vores primære kvalitative empiriindsamling, hvorefter vi ønsker at benytte fokusgruppeinterviewet til at efterprøve essensen af den datamængde, som vores gruppeinterview har medbragt. Dermed kommer vores rammesætning for fokusgruppeinterviewet til at blive defineret af det videnskabsmæssige afkast, som vores gruppeinterview giver.

Fokusgruppen består af studerende, der er i samme alderskategori, som det er tilfældet med deltagerne fra gruppeinterviewet. De er indhentet fra

forskellige uddannelsesinstitutioner. Der er tale om gymnasieelever og en enkelt universitetsstuderende.

Kvantitativ data

Vi har af flere grunde valgt at drage nytte af en kvantitativ datamængde, der allerede er indsamlet og analyseret. Først og fremmest har vi vurderet, at vi har en kvantitativ datamængde til rådighed, som vi ikke, med vores ressourcer, ville kunne indsamle. Det vil simpelthen ikke give mening for os, at indhente en kvantitativ datamængde, når institutioner som RUC, DR og Slots-og Kulturstyrelsen har foretaget undersøgelser, der omkredser vores undersøgelsesfelt.

Virtuel Etnografi

Med tiden er internettet, for de fleste humanistiske eller samfundsvidenskabelige forskere, blevet uundværligt. Dette bruges ofte som enten forskningsobjekt, dataindsamlingsværktøj, kommunikationsplatform, samlingssted eller publiceringskanal (Larsen, 2014, s. 156). Malene Charlotte Larsen henviser til, at det af Bakardjieva, Baym, Hine og McKee og Porter påpeges, at forskning i dag kan drage nytte af internettets potentialer i forbindelse med dataindsamling (Larsen, 2014, s. 156). Ved at indsamle data ved hjælp af internettet kan man komplementere de traditionelle metoder at indsamle data på. ”... *ibrugtagningen af internettet kan være en måde at validere eller nuancere offline-indsamlede forskningsresultater på.*” (Larsen, 2014, s. 156-157). Herudover henviser Malene Charlotte Larsen til, at man med en internetbaseret tilgang til mixed-methods kan gøre forskeren i stand til at indsamle et mere repræsentativt datasæt, som kan gøre forskningsprojektets resultater mere generaliserbare (Larsen, 2014, s. 157).

Internetforskning er et relativt nyt akademisk område, som ikke bunder i mange teoretiske forfædre. Malene Charlotte Larsen skriver, at man ”[...] *kan argumentere for, at internetforskningen udspringer af forskningsfeltet Computer-Mediated Communication (CMC), hvilket i sig selv er et broget felt med mange tilgange at studere menneske-maskine-interaktion og computersystemer i brug* (Larsen, 2014, s. 157). Ydermere bliver det skildret, at internetforskning udføres på tværs af en række akademiske forsknings-traditioner og med stor variation i teoretiske og metodiske tilgangsvinkler. Hun argumenterer for, at dette forekommer, da internettet er en fleksibel størrelse, hvilket man også kan se i de forskelligartede måder at studere internettet og dets brug på (Larsen, 2014, s. 157).

Overordnet set kan man kategorisere området i to kategorier. ”*Studier, der handler om at søge og finde informationer fra store datamængder (in-*

ternettet som teknologi), og dem, der handler om de interaktive kommunikationsmuligheder, som internettet tilbyder (internettet som kultur)” (Larsen, 2014, s. 157). Med vores fokusområde i dette speciale tilhører vi den anden kategori. Vi er i dette arbejde interesseret i at studere de praksisser som muliggøres gennem internettet via sociale medier som platform for nyhedskonsumering.

Forud for vores gruppeinterview med de studerende fra handelsgymnasiet på Turøgade i Aalborg, bad vi dem om at udføre en logbog, hvor de skulle dokumentere og beskrive deres nyhedsforbrug i perioden fra d. 19 april 2017 til d. 23. april 2017. De skulle beskrive deres nyhedskonsumerings ”rejse”: fra hvilken enhed (mobil, tablet, avis etc.) læste/så/hørte de nyheder, igennem hvilket medie (internet-browser, Facebook, Twitter, avis etc.) og hvornår de havde læst nyhederne. Hvis de f.eks. læste en nyhed på Facebook, så skulle de beskrive, om de læste nyheden fordi, at en ven enten havde ”liket” eller delt nyheden. Læste de nyheden fordi, at den var blevet sendt til dem gennem Facebook Messenger, så skulle de beskrive det. Vi havde forud for de studerendes arbejde med at udføre logbogen mødtes med de studerende og briefet dem i forhold til opgaven. Vi oprettede ligeledes en fælles mappe, hvori alle eleverne havde deres eget dokument de kunne opdatere som de udarbejdede deres logbøger.

Det bliver inden for mixed methods-forskningen diskuteret, om online og offline data kan eller bør kombineres. Malene Charlotte Larsen har i kapitlet *Internetbaseret feltarbejde, spørgeskemaer og kvalitative interview: unges brug af sociale medier* diskuteret dette. Vi har fundet, at denne diskussion også har været nødvendig for os, da vores metodiske tilgang selvsagt også bliver ”ramt” af denne debat. Vi kan nikke genkendende til Malene Charlotte Larsens beskrivelse af, at der i internetbaserede praksisser ikke eksisterer et virtuelt vakuum. Der skal også tages højde for det, der foregår ”på den anden side af skærmen”. Som beskrevet har vi bedt vores informanter fra handelsgymnasiet på Turøgade i Aalborg om at føre logbog over deres nyhedsforbrug. I selve udførelsen af denne logbog er vi selvsagt ikke fysisk til stede sammen med informanterne, da de over en periode på fem dage skulle notere deres nyhedsforbrug. Vi har som forskere, med fokus på unges nyhedskonsumering på sociale medier og deres bevidsthed herom, både brug for at kende til deres online adfærd, men også deres bevidsthed om den digitale adfærd, som de har. For at være sikre på, om den datamængde som udførelsen af logbøgerne ville give, afspejlede det sande billede af deres nyhedskonsumering, så mener vi ikke, at en virtuel etnografisk-inspireret undersøgelse ville kunne stå alene uden, at vi rent faktisk talte med de studerende selv efterfølgende. ”Nogle

internetforskere påpeger, at man bør interagere med sine informanter offline, hvis man vil forstå det, der foregår online.” (Larsen, 2014, s. 158).

Netop denne vurdering tilslutter vi os, da vi vil være sikre på, at det materiale som vi har indhentet gennem logbøgerne også er tilsvarende virkeligheden. Eftersom at vi ikke har siddet fysisk sammen med alle informanterne gennem hele udførelsen af logbogsarbejdet, så vil vi også gerne interagere med dem efterfølgende. Vi har et ønske om at få italesat, hvorfor de søger nyheder, som de gør, hvordan de søger nyheder, om de i det hele taget søger specifikt efter nyheder eller om nyhedskonsumering blot er en konsekvens af at være tilstede på de online medier.

Analyse

Engaging the Nexus of Practice

I denne første del af vores analyse vil vi redegøre for, hvad vi helt konkret har gjort for at tilegne os viden om de centrale sociale aktører og de sociale handlinger som eksisterer inden for vores undersøgelsesfelt. Målet er at blive velbevandret inden for vores konkrete Nexus of Practice. For at opnå denne forståelse har vi, som nævnt i vores teori-og metodeafsnit, anvendt en række metodiske tilgange (metodetriangulering), da dette højner validiteten og reliabiliteten for forskningen. Følgende afsnit har til hensigt at præsentere disse, samt hvordan de har bidraget til vores forståelse. Det er ligeledes i engagingfasen, at vi redegør for vores forståelse af individet, og dermed nyhedsforbrugeren, i det senmoderne samfund. Herunder redegør vi samtidigt for, hvordan vi i dette speciale betragter og forstår de bias, som den nye medievirkelighed kan have i forhold til forbrugeren og dennes konsumering af nyheder. Først redegør vi for, hvad vi forstår ved begrebet nyheder, og hvilken definition heraf vi arbejder med i henhold til vores analyse. Det er også vigtigt for vores egen forståelse, at vi forsøger at forstå og definere sociale medier, specielt Facebook, som del af det empiriske felt vi undersøger. Her redegør vi for det sociale medies opbygning og funktioner, da disse spiller en rolle i forståelsen af nyhedsforbruget herpå.

Efterfølgende præsenterer vi, hvordan vi konkret, gennem eksisterende forskning inden for feltet, tilegner os viden omkring danskernes og især de unge aldersgruppers nyheds- og medieforbrug. Dette giver os et generelt overblik over forbruget, samt aktørernes italesættelse heraf. Målet er at have et solidt datagrundlag at sammenholde vores egen indsamlede empiri med således, at vi er i stand til forstå de data i et større perspektiv end den lokale kontekst, som vores undersøgelse beskæftiger sig med. Dernæst præsenterer vi den empiri, der er indsamlet gennem ni handelsgymnasieelever, som over en periode på fem dage, har udført en logbog over deres nyhedsforbrug. Hensigten med dette er at tilegne os en datamængde, der sigter efter neutralt at observere deltagernes nyhedskonsumering. Slutte- ligt præsenterer vi deltagernes egne oplevelser og italesættelser heraf gennem gruppeinterviewet, hvor vi gennem vores egen interaktion med medlemmerne diskuterer eventuelle uoverensstemmelser mellem hvad deltager gør og siger. Målet er at få dem til at sætte ord på deres handlinger og tanker herom, samt bringe vores egen viden som forskere i spil for på den måde at nå en mere dybdegående forståelse for feltet og de sociale aktørers handlinger og refleksioner herom. Kombinationen af de forskellige udvalgte metoder giver forskellige forståelser og perspektiver på det

Nexus of Practice, som vi undersøger. Dette anses ikke som værende et problem, men snarere som et emne, man kan tage op i dialog med deltagerne (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105). Dette var således tilfældet for os i forhold til observationerne fra logbøgerne samt vores viden om unges medie- og nyhedsforbrug fra medieforskningsrapporterne på området, som vi inddrager i interaktionen med deltagerne. Foruden vores primære datagrundlag, gennemgår vi fokusgruppeinterviewet afholdt med lignende informanter, som fungerer som en form for afprøvning af den viden, som blev produceret under det første interview med gymnasieeleverne.

Det er med afsæt i engaging the nexus of practice, og den viden vi herunder har tilegnet os, at vi danner grundlaget for den efterfølgende tematisering og analyse af den indsamlede data under Navigating the Nexus of Practice.

Nyhedsforbrugeren i det senmoderne samfund

Giddens og senmoderniteten

For at danne en dybere forståelse for baggrunden for de valg vi tager som individer i en digital verden under konstant forandring, i et samfund, hvor nedbrydningen af tid og rum, har gjort verden mindre, og tvunget os til at forholde os til ikke kun lokale og nationale forhold, men på grund af internettet og teknologiens udvikling, så at sige har hele verden i vores lomme, vil vi gennem analysen derfor trække på teori omkring individet i det senmoderne samfund, som det bliver præsenteret af, sociologen Anthony Giddens.

Giddens hæfter sig ved det kendetegn, at mennesket i dag er overladt til selv at træffe sine valg mellem mange forskellige muligheder. I den forbindelse bruger han begrebet refleksivitet, som ifølge Giddens skal ses som den genspejling, der finder sted, når det moderne individ spejler sig i sine omgivelser. Dette ses for eksempel når det moderne individ hele tiden forsøger at sammenligne og overveje, hvem de er, og hvorfor de tænker og handler, som de gør. Giddens forklarer, at individets konstante refleksioner over, hvilke valg det skal foretage, resulterer i at man også overvejer de negative følger af valgene. Dette øgede refleksionsniveau er en konsekvens af de mange valgmuligheder, som vi mennesker stilles overfor i nutidens samfund.

"I modernitetens post-traditionelle orden og på baggrund af nye former for formidlet erfaring bliver selvidentiteten en refleksiv organiseret stræben. Selvets refleksive projekt, som består i at opretholde sammenhængende, men konstant reviderende biografiske fortællinger, finder sted i en kontekst

af mangfoldige valgmuligheder, der tilrettes gennem abstrakte systemer” (Giddens, 1996, s. 14).

Her får livstilvalg en stadig større betydning i konstitueringen af selv-identitet og daglig aktivitet. Giddens hævder her at identitetsdannelsen, som den var kendetegnet fra tidligere tiders samfundstyper, ikke længere er gyldig i det senmoderne samfund på grund af den aftraditionalisering og individualisering, som er andre kendetegn ved Giddens teori om modernitet og selvidentitet i det senmoderne samfund. De bevidste og ubevidste valg, som vi mennesker foretager, for eksempel hvad vi spiser, den måde vi tænker på, den musik vi foretrækker, det tøj vi ifører os, de politiske holdninger vi bakker op om, de venner og sociale fællesskaber vi er en del af, det liv vi fremstiller og praktiserer på sociale medier, vores rejser, vores arbejde, det sted vi bosætter os etc., er alt sammen en del af hver vores individuelle identitetsfortælling. Det har resulteret i, at det i dag er op til individet selv at skabe og udvikle sin identitet, hvormed det er blevet et grundvilkår for mennesket i det senmoderne samfund, at dets identitet er blevet et projekt, som fortsætter igennem hele livet (Kaspersen, 2000, s. 427). Selvidentiteten ses som et refleksivt projekt, fordi den refleksivitet, der er så karakteristisk for det senmoderne samfund ligeledes gennemsyrrer det moderne individ. Individet er selv ansvarlig for sit eget identitetsprojekt, hvormed hele tilværelsen bliver et spørgsmål om at vælge noget, og dermed vælge noget andet *fra*. Det er denne konstante refleksivitet, som er med til at opretholde individets selvfortælling (Kaspersen, 2000, s. 427). I moderniteten skal det forandrede selv udforskes og konstrueres som del af en refleksiv proces, der forbinder personlig og social forandring (Giddens, 1996, s. 46).

Det moderne samfund forandrer sig med en hastighed, dybde og intensitet, som er unik, og adskillelse af tid og rum har ændret rammerne for, hvordan vi kan kommunikere med hinanden hvor end, at vi befinder os, via telefon og internet, og vores rum for at gøre det er blevet markant udvidet med nye teknologier, som f.eks. sociale medier. Vi kan altså kommunikere på tværs af tid og rum (Kaspersen, 2000, s. 424).

Den øgede refleksivitet bliver ifølge Giddens muliggjort af massekommunikationens udvikling, som skaber muligheden for et højere refleksionsniveau. Den øgede refleksivitet må, som vi beskrev indledningsvis, ikke forveksles med en større og bedre viden, som gør os i stand til, i højere grad end tidligere, at kontrollere tilværelsen. Refleksionen medfører derimod en grundlæggende usikkerhed om den nye videns sandhed, da den er under konstant revision, som medfører en tvivl hos det moderne individ, der

bliver et eksistentielt træk med konsekvenser for vores identitet (Kaspersen, 2000, s. 425-426)

"Formidlet erfaring har siden den første erfaring med skriftsproget påvirket både selvidentiteten og den grundlæggende organisering af sociale relationer. Med udviklingen af massekommunikation, og særlig den elektroniske kommunikation, bliver den gensidige indtrængningsproces, som finder sted mellem selvudvikling og sociale systemer helt op på et globalt niveau, stadig mere udtalt og det der er på mange måder én enkelt verden med én enkelt erfaringsramme – f.eks. med hensyn til grundlæggende pejlemærker som tid og rum." (Giddens, 1996, s. 13).

Giddens diskuterer primært de moderne massemedier i relation til den omtalte adskillelse af tid og rum. Hans generelle bestemmelse af medier er, at de tjener til at mediere social erfaring. "[...] *Han anser ligefrem informationsteknologiernes udvikling for at være banebrydende for en kulturel globalisering, som danner den videnskæssige rammebetingelse for en tilsvarende global udtrækning af modernitetens institutioner*" (Nielsen, 1994, s. 48). Når den øgede refleksivitet medfører tvivl, og det moderne individ bliver stillet over for en så stor mængde valgmuligheder, er tilliden til en person eller et system afgørende for det valg, som foretages. Derfor er tillidsrelationer vitale for individets udvikling og dets handlemuligheder (Kaspersen, 2000, s. 426).

Individets ontologiske sikkerhedssystem, som bygger på dets tillidsrelationer, har i de seneste årtier gennemgået radikale forandringer. Usikkerhed og de mange valgmuligheder påvirker selvet og identitetsdannelsen. Det omfang af tid-rum-udstrækning, som højmoderniteten skaber, er imidlertid så stort, at selvet og samfundet for første gang i den menneskelige historie bliver gensidigt forbundet i det globale miljø (Giddens, 1996, s. 46). Forandringsprocesserne som moderniteten fremkalder, er grundlæggende forbundet med globaliserede påvirkninger, og netop denne følelse af at være fanget i den massive globale forandringsbølge er foruroligende (Giddens, 1996, s. 215). Giddens teori er udviklet før sociale medier, men som vi har været inde på, er hans tanker omkring den øgede grad af refleksivitet, som er bundet sammen med globaliseringen og de mange valg, vi som moderne individer præsenteres for, måske endnu mere gyldige i dag end tidligere. På de sociale medier vælger brugeren selv, hvilket billede han eller hun præsenterer for omverdenen, hvilket igen afspejles i adfærden på de digitale platforme, i særdeleshed på de sociale medier.

Det postfaktuelle samfund og confirmation bias

Post-truth eller på dansk det *postfaktuelle* samfund blev af Oxford Dictionaries kåret til årets ord i Storbritannien i 2016 (Higgins, 2016, s. 9). Begrebet 'det postfaktuelle samfund' refererer til at åbenlyse løgne er blevet rutine i samfundet (Higgins, 2016, s. 9). Jack Andersen, lektor, pdh, ved det Informationsvidenskabelige Akademi ved Københavns Universitet, beskriver det postfaktuelle samfund i en algoritmisk kultur, som et samfund, hvor problemet består i, at;

"[...]for dem, hvor fake news ikke er fake news, da er de jo i stedet sandheden om fænomenet. Derfor får vi et medie billede, hvor de forskellige verdener og opfattelser heraf er usammenlignelige og ikke kan og vil tale sammen. Dette er et demokratisk problem. Demokrati må insistere på samtalen. At samtale forudsætter at der lyttes. Det er lige præcis problemet med fake news og det postfaktuelle samfund. Hvis man tror på dem, kan man sige, at dette er min sandhed og jeg er ligeglad med, hvorvidt du, den anden, anser dem for at være falske."
(Web 2, Andersen).

Begrebet dækker altså det forhold, at meninger og holdninger vægter højere end fakta, som ligeledes er et forhold, som trives i den nye medievirkelighed, hvor en stor del af den information vi tilegner os, kommer via algoritmestyrede kanaler; *"Much of the public hears what it wants to hear, because many people get their news exclusively from sources whose bias they agree with"* (Higgins, 2016, s. 9). Debatten omkring det postfaktuelle samfund og dets trussel mod demokratiet og den offentlige samtale er ikke nogen ny problemstilling. Tilbage i 1999 afsøger professor i Journalistik og Massekommunikation, Carl Bybee, med udgangspunkt i en debat tilbage i 1920'erne, som i USA har dannet grundlag for, hvordan medierne anser sin rolle i samfundet at undersøge, hvorvidt demokratiet kan overleve i den postfaktuelle tidsalder (Dickson, 2009, s. 125)

"There is a long held and often repeated assumption within liberal pluralist theories of the press that modern democracy rests on the foundation of the informed citizen who makes decisions based on rational, objective criteria and that the news media are perhaps the most crucial source of this information. The citizen, the media, and democratic government are neatly stitched together in this civic trilogy. And it is this assumption that has been eroding as we appear to have moved into a post-factual age where the border between fact and fiction, news and entertainment, information and advertise-

ments has increasingly blurred.”

(Bybee, 1999, s. 29).” (i Dickson, 2009, s. 126).

Som vi beskrev i indledningen til dette speciale, så er diskussionen omhandlende det postfaktuelle samfund og de problemstillinger det bærer med sig måske mere aktuelle i dag end nogensinde før, hvilket Oxford Dictionaries valg af årets ord i 2016 også vidner om og som yderligere blev understreget efter præsidentindsættelsen i 2017, i USA, hvor vi over hele verden blev præsenteret for begrebet *alternative fakta* (Strong, 2017, s. 1).

Forskellige forskning har gennem de senere år beskæftiget sig med det postfaktuelle samfund og forsøgt at forstå, hvad der ligger til grund for menneskets valg om at se bort fra åbenlyse fakta. Stacie I. Strong henviser til Brendan Nyhan og Jason Reifler, to politiske forskere, som via deres forskning fandt, at mennesker er mere tilbøjelige til at fastholde faktuelte ukorrekte overbevisninger, hvis informationen herom blev præsenteret for dem på en nuanceret måde. Mennesker har altså en større modstand mod at ændre holding, når de præsenteres for to sider af en sag (Strong, 2017, s. 3). Nyhan og Reifler fandt at;

”[d]irectionally motivated reasoning,” meaning “biases in information processing that occur when one wants to reach a specific conclusion,” plays a significant role in how people interpret information involving political issues. Indeed, “[m]isperceptions often fit comfortably in people’s worldviews . . . by seeming to confirm people’s prior beliefs.”“

(Strong, 2017, s. 3-4).

Denne bias hos individet henviser til et begreb inden for den kognitive psykologi kaldet *confirmation bias* (Strong, 2017, s. 4). Confirmation bias defineres som “[...] *the unconscious but pervasive human propensity to filter out information that contradicts an existing belief and only retain information that confirms that belief.*” (Strong, 2017, s. 4), eller;

”People tend to seek information that they consider supportive of favoured hypotheses or existing beliefs and to interpret information in ways that are partial to those hypotheses or beliefs. Conversely, they tend not to seek and perhaps even to avoid information that would be considered counterindicative with respect to those hypotheses or beliefs and supportive of alternative possibilities”

(Nickerson, 1998, s. 177).

Mennesket er altså tilbøjeligt til at søge informationer, som bakker dets i forvejen eksisterende holdninger op i stedet for at søge informationer om det givne emne uden forbehold for egne holdninger. Det bliver beskrevet, hvordan mennesket også er tilbøjelige til ligefrem at undgå informationer, der vil gå imod den forudindtagede holdning.

“Beyond seeking information that is supportive of an existing hypothesis or belief, it appears that people often tend to seek only, or primarily, information that will support that hypothesis or belief in a particular way. This qualification is necessary because it is generally found that people seek a specific type of information that they would expect to find, assuming the hypothesis is true.”

(Nickerson, 1998, s. 177).

Man kan argumentere for, at mennesket uden at tænke over det, vender det blinde øje til, hvormed vores verdensopfattelser aldrig bliver udfordret.

En lignende bias i menneskets måde at opsøge og tilegne sig informationer og viden på, som er med til at underbygge faldgrupperne ved nyhedsforbrug online, bliver præsenteret af Pelle Guldberg Hansen, ph.d. og postdoc på Syddansk Universitet, og Vincent F. Hendricks, dr.phil., ph.d. og professor i formel filosofi ved Københavns Universitet, i deres bog *Oplysnings blinde vinkler*. De beskæftiger sig heri med, hvordan nye teknologier og informationsfænomener kan bruges til at oplyse, men i høj grad også mislede individer og samfund, hvis ikke brugerne er i stand til at forholde sig til de informationer og den viden som de nye teknologier præsenterer dem for. De præsenterer her begreberne *pluralistisk ignorance* og *informationskaskader*. Deres bekymring går på, at viden implicerer information, men at information ikke nødvendigvis implicerer viden (Hansen & Hendricks, 2011, s. 11), og det beskriver det at få information ud af internettet, kan sammenlignes med at drikke en tår vand fra en brandhane, hvormed menes, at selvom det aldrig har været nemmere at tilegne sig informationer, så betyder det langt fra, at det er blevet nemmere at tage beslutninger med baggrund heri (Hansen & Hendricks, 2011, s. 13). Deres bekymring underbygger ligeledes de problemstillinger, som er forbundet med identitetsdannelsen i det senmoderne samfund, som det præsenteres af Giddens og hans beskrivelse af den øgede refleksivitet, som karakteriserer det moderne individ (Giddens, 1996, s. 14).

Pluralistisk ignorance og informationskaskader opstår ifølge Hansen og Hendricks, når mennesker observerer andres handlinger, holdninger eller

meninger i et forsøg på selv at finde ud af, hvad de skal mene eller gøre i bestemte situationer (Hansen & Hendricks, 2011, s. 17). Begrebet pluralistisk ignorance er udviklet af psykologerne Daniel Katz og Floyd H. Allport og beskriver situationer, hvor størstedelen af en gruppe personer hver især viser en norm, men ukorrekt antager, at de fleste andre accepterer den.” (Hansen & Hendricks, 2011, s. 25).

”Faren for pluralistisk ignorance opstår, når den enkelte beslutningstager i en gruppe af individer mangler den nødvendige information for at løse et givent problem og i stedet for at undersøge sagen selv observerer andre i håbet om at blive klogere.”

(Hansen & Hendricks, 2011, s. 17).

Problemet er her, at når alle andre gør det samme, observeres af alle blot den manglende reaktion, hvorfor denne bliver accepteret som legitim (Hansen & Hendricks, 2011, s. 17). Netop denne problematik bliver tydelig i vores fokusgruppeinterview, hvor to af informanterne italesætter, hvordan de er tilbøjelige til at adoptere flertallet af deres onlinevenners holdninger og meninger, hvis det drejer sig om forhold de ikke selv har kendskab til (bilag 3, l. 546, 35:03-35:13 & l. 548, 35:13-35:20).

Begrebet informationskaskade opstår når *”personer én efter én tager forbi-passerende personers valg eller meninger til sig som gyldige forbilleder, når de ikke selv har tilstrækkelig viden til at afgøre sagen men også, når de allerede de allerede har viden nok om sagen.”* (Hansen & Hendricks, 2011, s. 18). Her er faren, at man kommer til at reproducere andres fejl, fordi man bliver i tvivl om ens eget logiske ræsonnement, når alle andre tilsyneladende er af en anden holdning end en selv. (Hansen & Hendricks, 2011, s. 18). Denne problemstilling kan direkte overføres til vores dialog med informanterne fra Handelsgymnasiet Turøgade, hvor to af informanterne beskriver, hvordan de i deres anvendelse af det online forum, Reddit, ser det som en styrke, at indholdet bestemmes og filtreres af brugerne, frem for en journalistisk redaktion (bilag 2, l. 210, 17:52 – 18:28). Dette er en logisk slutning at drage, men faren herved består i, at alle de mange brugere risikerer at forkaste deres egen tvivl i forhold til en bestemt information eller viden, fordi majoriteten af brugerne på forummet tilsyneladende er af en anden holdning.

Den polarisering, som vi har beskrevet indledningsvist i dette speciale, og som vi ser, som en af konsekvenserne af den nye medievirkelighed, hvor man som individ i højere grad selv bestemmer, hvilke informationer man

vil have, fra hvem, hvor og hvornår det passer en, er i modsætning til pluralistisk ignorance ikke et resultat af mangel på information. (Hansen & Hendricks, 2011, s. 135). Problemet er heller ikke for meget information, som det var tilfældet med informationskaskader, men i højere grad et spørgsmål om den kraftige selektion, som finder sted, når der vælges, hvilket indhold man er interesseret i at høre om og fra hvem man gider høre det (Hansen & Hendricks, 2011, s. 135). Her er det blevet bevist at individer og grupper, hvis de kun drøfter og diskuterer med andre personer, som i forvejen er enige i deres holdninger og meninger, så er mennesket tilbøjeligt til gradvist at indtage stadig mere ekstremistiske holdninger (Hansen & Hendricks, 2011, s. 134). Når de nye teknologier tilbyder den moderne nyhedsforbruger selv at selekttere, hvilket indhold han eller hun ønsker og fra, hvilken afsender informationen skal komme, så opstår faren for en øget radikaliserings af holdninger, da individerne aldrig udfordres men blot bekræfter hinanden.

Nyhedsbegrebet

Vi har fundet det nødvendigt at få defineret, *hvad* en nyhed er, når begrebet er en så væsentlig del af vores undersøgelsesfelt. For at være i stand til at definere dette, har vi søgt allerede etablerede definitioner af begrebet. Vi har dog i vores søgen efter en begrebsliggørelse måtte sande, at der ikke findes en entydig definition af, hvad en nyhed er (Kabel & Sparre, 1999). Dog har vi i bogen ”Nye nyheder – om nyhedsjournalistik og nyhedsdækning i dagblade, radio, TV og online” fundet fem kriterier for, hvad en nyhed skal bestå af.

”1. Sensationen, det opsigtsvækkende, usædvanlige og uventede og som derfor forventes at overraske medieforbrugeren. 2. Konflikt, der rummer modsætninger og et dramatisk element. 3. Identifikation handler om genkendelse, hvor medieforbrugeren enten identificerer sig med en person, et bestemt miljø eller føle, at nyheden har relevans og fortæller om en konsekvens for hans eller hendes nære tilværelse. 4. Aktualitet henfører til, at informationen er ny eller aldrig tidligere offentliggjort. 5. Væsentlighed handler om en begivenheds betydning for samfundet eller om værdien for den enkelte medieforbruger af at modtage information i form af en nyhed.”

(Kabel & Sparre, 1999).

Nyheden skal, som det fremgår, have et aspekt, der gør, at nyheden for brugeren er uventet. Den skal rumme et modsætningsfyldt aspekt. Medieforbrugeren skal kunne genkende sig selv, sit miljø eller føle, at nyheden har en relevans eller konsekvens for hans eller hendes tilværelse. Nyhe-

den skal gerne være ny eller aktuel. Der er ikke tale om, at nyheden nødvendigvis behøver at rapportere om noget, der eksempelvis foregik for et døgn siden, men nyheden skal have informationer, der ikke før har været offentliggjort. Væsentlighed er det sidste aspekt, som nævnes i bogen. Medieforbrugeren og/eller samfundet skal have opfattelsen af, at en nyhed er væsentlig. Herudover er det vigtigt, at medierne, der formidler nyhederne, forvalter ytringsfriheden, fungerer den som fjerde statsmagt og producerer de informationer, som er essentielle for den politiske meningsdannelse i et demokrati. (Kabel & Sparre, 1999).

Dét at skulle diskutere, hvad en nyhed i grunden er, bragte også en række interessante diskussioner med sig, informanterne fra handelsgymnasiet imellem, men også mellem os og informanterne. Det viste sig under gruppeinterviewet, at vi havde nogle forskellige kriterier til, hvad der definerer en nyhed. Dette præsenterer og diskuterer vi videre i Navigating the Nexus of Practice.

Definition af sociale medier med særligt fokus på Facebook og nyhedsforbrug herpå.

Eftersom at vi undersøger unges brug af sociale medier som platform for deres nyhedskonsumering, så søger vi i dette afsnit at afdække, hvad begrebet sociale medier dækker over med henblik på at kunne fastlægge os på en definition af begrebet, som vi tager udgangspunkt i i dette speciale. Dana M. Boyd og Nicole B. Ellison definerede i 2007, hvad sociale nyheds-sider er. Disse blev ifølge Boyd og Ellison beskrevet som:

” [...] web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system”

(Boyd, D. & Ellison, N., 2007, s. 211).

Denne definition er først og fremmest meget bred, og den gør sig gældende for en lang række af de platforme, der tilbydes på internettet. Dernæst er definitionen fra 2007, og der er sket meget inden for feltet siden da.

For at kunne præcisere dette, har vi også valgt at inddrage Malene Charlotte Larsens definition af sociale netværkssider fra 2009, da hun har arbejdet dybdegående med feltet. Hun mener, at sociale netværkstjenester kan beskrives ud fra, at brugeren udfører

- *"Sociale og kontaktskabende handlinger*
- *Personlige og profilerende handlinger*
- *Underholdende og interaktive handlinger*
- *Støttende og praktiske handlinger"*

(Larsen, M., C., 2009, s. 48).

Hun har altså ikke lagt fokus på, hvad diverse sociale netværkstjenester tilbyder men i højere grad, hvordan de af brugerne anvendes. Fokus anlægges på relationen mellem individer, og hvordan sociale medier fordrer dette.

Siden Malene Charlotte Larsens definition har Boyd og Ellison igen i 2013 forsøgt at redefinere sociale netværkssider. Den tidligere version var i høj grad baseret på selve netværksaspektet, men i dag har eksempelvis Facebook udviklet sig til at være et mere komplekst medie, hvor der af brugerne bliver delt indhold i form af *"[...] videoer, billeder, og andre filer, for videresendelse af nyhedshistorier, og som en generel platform, hvormed man kan holde sig opdateret om både verden generelt og om vennernes gøren og laden"* (Jensen & Tække, 2013, s. 10).

Facebook bliver betragtet som et metamedie, der er i stand til at integrere en række medieformer, formater og genrer, der allerede eksisterer (Jensen & Tække, 2013, s. 10).

Boyd og Ellisons nyeste definition fra 2013 af sociale netværkssider lyder:

"A social network site is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-provided data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site"

(Ellison & Boyd, 2013, s.158).

Udover Boyd og Ellisons definition fra 2013 har også José Van Dijck og Thomas Poell i samme år forsøgt at definere, hvad sociale medier er. De forsøger at begrebsliggøre det således;

"Social Media can be roughly referred to as a "group of internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of

the web 2.0 and that allow the creation and exchange of user generated content” (van Dijck & Poell, 2013, 5).

Det særlige ved sociale medier er disses inkludering af brugeren - muligheden for at skabe en løbende kontakt mellem afsender og modtager, samt at brugeren her kan agere som indholdsskaber på den givne platform, mediet befinder sig på (Larsen & Glud, 2013, s. 68).

Der findes forskellige typer af sociale medier. Jensen og Tække henviser til Kaplan og Haenlein, som definerer seks forskellige typer: ”*Kollaborative projekter (som Wikipedia), blogs, indholdsfællesskaber (som Flickr og YouTube), spilverdener (som World of Warcraft), virtuelle verdener (som Second Life) og sociale netværkssider (som Facebook, Twitter og LinkedIn)*” (Jensen & Tække, 2013, s. 9).

Det er de sociale netværkssider, som i videst udstrækning associeres med sociale medier og ligeledes den type, som vi beskæftiger os med i denne afhandling. Vi mener at Boyd og Ellisons seneste definition, ligesom van Dijck og Poells bedst forsøger at afdække, hvad der kendetegnes ved en social netværksside, om end vi vil vi argumentere for, at deres definitioner er for forsimplede, da det ikke fremgår tydeligt, at brugen af sociale medier, og i særdeleshed Facebook, som vi overvejende beskæftiger os med i dette speciale, har forandret sig fra at være et medie, hvor indholdet kun skabes af og imellem Facebook-brugerne, til en platform, som virksomheder, herunder nyhedsmedier, bruger som markedsføringskanal. Det ses ofte, at nyhedsmedier bruger den sociale medieplatform til at pushe deres egenproducerede indhold ved at flytte brugeren fra eksempelvis Facebook over til nyhedsmediets egen hjemmeside. Dette ses eksempelvis ved nedenstående eksempel, hvor Danmarks Radio på DR Nyhedernes Facebook side, gennem en opslagstekst, som skal forsøge at fange brugerens opmærksomhed og få dem til at klikke på linket til artiklen som de linker til:



(Newsfeed på Facebook d. 22/4-2017 kl 20:35).

Det kan diskuteres, om DR reelt bidrager med indhold til Facebook, med tanke på at artiklen efterfølgende diskuteres på platformen, eller om de i virkeligheden bruger den som ”springbræt” til at flytte brugeren fra Facebook over til DRs egen hjemmeside.

Alt efter hvordan du benytter sociale medier, kan det indhold, som du præsenteres for i dit newsfeed i større eller mindre grad være produceret af virksomheder frem for private brugere. Hvad du præsenteres for som bruger afhænger af din adfærd på det konkrete sociale medie. Selvfølgelig kan man betegne nyhedsmedier og andre professionelle på Facebook som brugere af platformen, og det er heller ikke forkert. Men fordi virksomheder i så høj grad har taget de sociale medier, og i særdeleshed Facebook til sig, mener vi ikke, at Boyd og Ellison samt van Dijck og Poells definitioner til stadighed er fuldt gældende. Vi ser stadig deres definition som værende gældende i en privat kontekst, men Facebook er i dag meget andet end en platform, der er forbeholdt privat brugergenereret indhold.

Kritikere af sociale medier som nyhedskanal har som nævnt i flere år argumenteret for, at sociale mediers algoritmer er med til at modarbejde den diversitet, kritikerne ellers mener eksisterer i det etablerede mediebillede (Bozdag & Hoven, 2015, 249). Engin Bozdag og Jeroen van den Hoven, forskere fra Delft University of Technology i Holland, mener, at denne forandring udgør en seriøs trussel mod demokratiet. (Bozdag & Hoven, 2015, 249). Denne vurdering deles også af Kim Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Rasmus Burkal, der skriver:

"Det er derfor også et demokratisk problem, at man som bruger, der i stigende grad er afhængig af at få nyheder fra og at kunne deltage i kommunikationen i disse sociale netværk, ikke har indflydelse på, hvad der møder én i de sociale medier, og at det er uigennemsigtigt, hvordan éns informationsflow bliver til"

(Schröder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 34).

Nyhedsstrømmen på Facebook bliver bestemt af den algoritme, der er tilknyttet mediet. En algoritme er et system, der dikterer hvilke nyheder, der skal vises på brugernes newsfeed (Rader & Gray, 2015, s. 173). Emilee Rader og Rebecca Gray fra Department of Media and Information ved Michigan State University tilslutter sig Bernie Hogans, forsker ved University of Oxford, definition af, hvad en algoritme er på følgende måde: *"An algorithm is "a finite, discrete series of instructions that receives an input and produces an output"* (Rader & Gray, 2015, s. 173). Bozdag skriver i *Bias in algorithmic filtering and personalization* fra 2013, at grundet, dels algoritmernes automatiske flow, som ikke lægges mærke til af brugerne og brugernes manglende forståelse for, hvad en algoritme er, så bliver disse ofte fejlagtigt betragtet som objektive og uden hensigt (Bozdag, 2013, s. 210). Facebook skriver selv om brugernes newsfeed, at strømmen af nyheder:

"De historier, der bliver vist i dine nyheder, bestemmes af dine kontakter og din aktivitet på Facebook. På denne måde får du vist flest historier, der interesserer dig, fra venner, du interagerer mest med. Antallet af kommentarer og Synes godt om for et opslag, og hvilken type historie det er (f.eks. billede, video, statusopdatering), har også indflydelse på, om det vises i dine nyheder."

(Web 3, Facebook).

Vi har, som nævnt, i dette speciale haft fokus på unges brug af sociale medier til konsumering af nyheder samt deres bevidsthed herom eksemplificeret gennem vores informanter. Uden at vi, i denne Engaging the Nexus of Practice-fase, ønsker at gå videre i dybden med de resultater, som vi er kommet frem til i den senere analyse, så har vores fokus været rettet mod Facebook, da vores samlede empiriske datamængde har ledt os i den retning. For at være i stand til at interagere med informanterne, samt diskutere Facebook som platform for nyhedskonsumering, så har vi også afdækket, hvad det sociale medie bringer af muligheder men også, hvordan det anvendes af brugerne.

Danskerne på Facebook og Facebook som nyhedskanal

I 2012 var Facebook den hjemmeside, som danskerne brugte mest tid på. Dette skal nok ses i lyset af, at halvdelen af den danske befolkning havde registreret sig på Facebook med en profil. Danskerne brugte sammenlagt 23 millioner timer om måneden på Facebook (Klastrup, 2013, s. 49). Facebook har været en brugt medieplatform siden 2007, og man kunne foranlediges til at tro, at forbruget af sitet efterfølgende ville dale. Dette er imidlertid ikke tilfældet: danskernes tidsforbrug på Facebook steg ifølge Danske Medier med to procent fra 2011 til 2012 (Klastrup, 2013, s. 49). Klastrup argumenterer for, at dette kan hænge sammen med, at der i denne årrække blev muliggjort, at man kunne tilgå sociale medier fra mobile devices. Dermed har danskerne haft mulighed for at tilgå Facebook ”på farten” (Klastrup, 2013, s. 49). Derudover bliver det beskrevet, at Facebook i stigende grad blev koblet op med andre sociale netværksplatforme eller blev implementeret med nyhedssites og websites via ”Synes godt om”-tilkendegivelser, hvilket kunne have medført øget gensidig trafik mellem sitene.

I juni 2016 var der i Danmark 3.700.000 aktive Facebookbrugere (internetworldstats.com). Det er altså med afstand danskernes fortrukne sociale medie, ligeledes når det kommer til deres forbrug af nyheder (Christensen et al., 2016, & Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016). Ligeså henter journalister nyheder fra og om Facebook, og publicerer store mængder indhold og artikler om fænomenet (Jensen & Tække, 2013, s. 11).

Hvad enten man kalder det sladder, fortællinger, informationer eller nyheder, har sådanne udvekslinger altid været en vigtig del af menneskelige kommunikationsprocesser og fællesskabsdannelser (Bødker, 2013, s. 212). Derfor er det også naturligt, at i takt med, at en større og større del af vores sociale interaktion er flyttet til Facebook, at konsumerende, deling og interaktion med og omkring nyhedsstof ligeledes er flyttet med. Det som i høj grad adskiller konsumerende af nyheder på sociale medier, herunder Facebook, fra de traditionelle nyhedsmedier er, at det her er teknologiske og sociale filtreringsprocesser som bestemmer hvilket indhold man præsenteret for. Nyhederne filtreres udenom det institutionelle hierarki og bliver således ikke nyhedskriterierne eller andre professionelle praksisser (Bødker, 2013, s. 2016).

Nyhederne på sociale medier kommer også i højere grad til dig uden at du som bruger, aktivt skal tilegne dig dem eller søge dem frem (Bødker, 2013, s. 216), mens forskning ligeledes påpeger, at vi stoler mere på folk omkring os end på nyhedsinstitutioner (Hermida et al., 2012, s. 5). Når vi tilgår nyheder på sociale medier spiller det altså ind, at vi på platformen

kan se, hvad vores online relationer og andre brugere mener om den konkrete nyhed. Det beskrives hvordan nyheders indpakning har dybe og vidtrækkende konsekvenser for brugernes reception af nyheden og når nyheder tilgås via sociale medier, så overses den gruppering, som finder sted hos de traditionelle nyhedsmedier, og erstattes i stedet af andre og mere vilkårlige sammensætninger (Bødker, 2013, s. 218). Du har som bruger ligeledes mulighed for at forholde dig til nyheden ud fra den sociale interaktion, som er knyttet hertil gennem kommentarfelter og opslags tekst uden overhovedet at klikke på linket og læse selve artiklen (Bødker, 2013, s. 219).

Afsættet for brugeren på Facebook er den enkeltes interesser, relevanssystemer og sociale netværksforbindelser, og bliver således et filter, hvor den enkelte bruger er i centrum, og hvor det er den enkeltes medierede handlinger, som bliver det centrale punkt i et koordinatsystem af handlinger, hvorfra indhold bliver relevant og interessant (Christensen, 2013, s. 234-235). Dine sociale relationer online - dine venner på Facebook - og dig selv bliver filtre for hinanden, og nogle etablerer sig som troværdige gatekeepere og troværdige nyhedsredaktører (Christensen, 2013, s. 236).

Medieforskningsrapporter

Som en del af Engaging the Nexus of Practice har vi studeret aktuelle forskningsrapporter omhandlende danskernes brug af nyhedsmedier. Som nævnt, så har vi først og fremmest vurderet, at vi har en kvantitativ datamængde til rådighed, som vi ikke, med vores ressourcer, ville kunne generere. Det vil ikke give mening for os, at indhente en kvantitativ datamængde, når institutioner som RUC, DR og Slots-og Kulturstyrelsen har foretaget undersøgelser, der omkredser vores undersøgelsesfelt. Argumentet for, at vi selv skulle udføre kvantitative undersøgelser i form af spørgeskemaer vil være, at vi vil kunne få en datamængde, der er mere repræsentativ i forhold til den lokale kontekst vi undersøger.

Danskernes nyhedsforbrug anno 2017

Nyhedslandskabet og måden vi tilgår og konsumerer nyheder på ændrer sig hastigt i takt med, at nye medieteknologier og online platforme bliver en stadig mere tilgængelig og integreret del af vores hverdag, både i vores personlige og professionelle liv.

Som forbrugere har vi vænnet os til at have så godt som alt tilgængeligt, når som helst og hvor som helst – således også vores adgang til nyheder, som vi kan tilgå online via computere, tablets, smartphones osv. (Khosravini & Unger, 2016, s. 206).

Nielsen og Schrøder skrev tilbage i 2013, i en årlig rapport om danskernes brug af nyhedsmedier, hvordan især Google og Facebook blev en stadig mere udbredt måde at finde nyheder på. Deres rapport viste klare generationsforskelle i, hvordan danskerne finder nyheder online, særligt de yngre mediebrugere mellem 18 og 24 år skilte sig ud. De brugte i samme grad, som resten af befolkningen, nyhedsmediernes brandede hjemmesider, men, dokumenterer undersøgelsen, langt flere af de unge fandt ligeledes nyheder via sociale medier som Facebook (Nielsen & Schrøder, 2013, s. 7).

Denne udvikling er ikke gået i stå siden. 2015 og 2016 udgaven af samme rapport, viser hvordan sociale medier, og især Facebook, spiller en stadig større rolle i danskernes konsumering af nyheder (Schrøder, 2015 & Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016).

Rapporten bygger på data indsamlet af Reuters Institute for the Study of Journalism ved Oxford University, som er forankret i den opfattelse, at brugerne principielt er tværmediale, og at en holistisk forståelse af nyhedsbrugerne i nyhedskulturen derfor må benytte sig af spørgeskemaundersøgelser (Nielsen & Schrøder, 2013, s. 9).

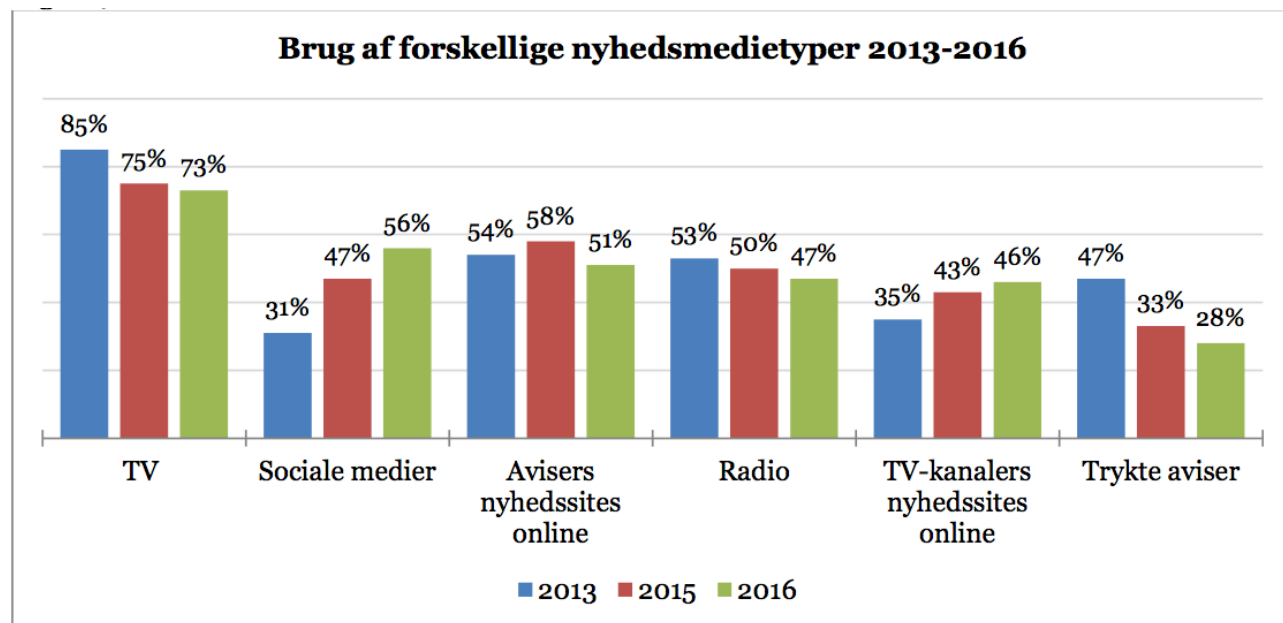
Det forandrede nyhedslandskab tilbyder flere valgmuligheder end nogensinde før, ligesom muligheden for at deltage i nyhedskredsløbet er markant forøget. I de 26 lande (se bilag) svarer 51 procent at de har fået nyheder fra sociale medier inden for den seneste uge (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 7). Her er Facebook den altdominerende digitale mellemmand, hvor 41 procent får nyheder via denne platform.

De traditionelle nyhedsinstitutioner, både avishusene, TV- og radioinstitutionerne og de nye, stadig voksende i størrelse og antal, online-fødte nyhedsmedier producerer alle stadig, langt størstedelen af alt nyhedsjournalistik. Forskellen er i dag, at en række globale teknologigiganter som Facebook og Google i stigende grad bliver distributør af disse nyheder til borgerne (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 8).

Det, skriver forskerne, giver de traditionelle nyhedsinstitutioner et økonomisk problem fordi annonceindtægterne i stedet går til Google og Facebook, som globalt set sidder på henholdsvis 30- og 10 procent af de samlede annonceindtægter (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 8).

Det betyder en forandring i nyhedsmediebilledet og medfører nye udfordringer i forhold til kontrollen over, hvilket nyhedsindhold brugerne eksponeres for og anvender som informationsgrundlag, når disse i stigende grad er styret af Facebooks og Googles distributionsalgoritmer (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 8).

Sociale medier udfordrer tv nyheder og avisens onlinenyheder. Her ses den mest markante udvikling i den fortsatte stigning i brugen af sociale medier som nyhedsmedie, som er steget fra 31 til 56 procent fra 2013 til 2016 (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 19).



Q3. "Hvilke, om nogen, af følgende har du brugt som kilde til nyheder i den seneste uge?"

(Figur 1, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 20).

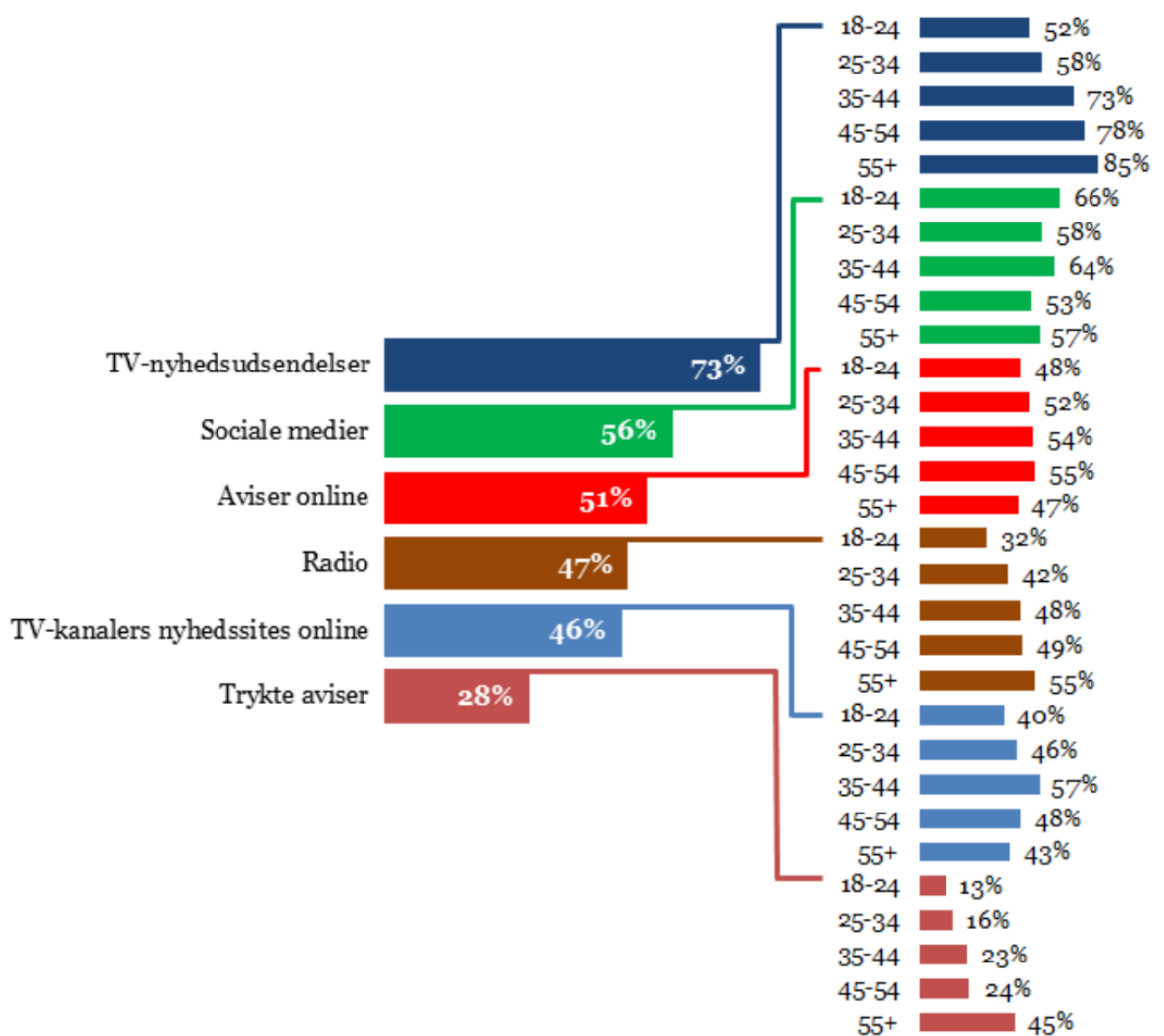
Som nyhedsmedie adskiller de sociale medier sig som nævnt fra de traditionelle nyhedsmedier, hvormed forstås, at når personer får nyheder på sociale medier kan det betyde enten, at det er nyheder de har modtaget i deres newsfeed, på f.eks. Facebook eller Twitter, direkte fra et andet nyhedsmedie, f.eks. en avis eller tv kanal, som personen følger, eller det kan være nyheder fra et sådant andet nyhedsmedie, som en ven på det sociale medie har delt på sin tidslinje (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 20). Skal man læse selve nyheden bliver man via et link ledt over til nyhedsartiklens nyhedsmedies hjemmeside. Det er således kun overskriften og receptionen af et eventuelt billede knyttet hertil, som man konsumerer på det sociale medie (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 20). Selvom de sociale medier ikke producerer nyhederne selv, opnår de alligevel en magposition som distribuerende nyhedsmedie i forhold til forbrugeren gennem ikke offentlig tilgængelige processer, styret af algoritmer, som er uigennemskuelige for forbrugeren og for samfundet (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 20).

Som nævnt tidligere, er der flere problematikker forbundet ved nyhedsforbrug via sociale medier. Foruden truslen mod de traditionelle nyhedsmedier i forhold til annonceindtægter, er en anden problemstilling, at brugeren, på de sociale medier, overvejende møder indhold, som udsprin-

ger af deres eget snævre ideologiske univers, som personen i forvejen er enig med, hvilket kan få den konsekvens, at personen færdes i et, i demokratisk forstand, betænkeligt ekkokammer, hvor eksisterende holdninger og synspunkter ikke bliver udfordret (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 21).

Bag tallene i rapporten om danskernes brug af sociale medier som nyhedsplatform, fremgår det, at der eksisterer et skel i forhold til, hvilke aldersgrupper, som er stærkest repræsenteret.

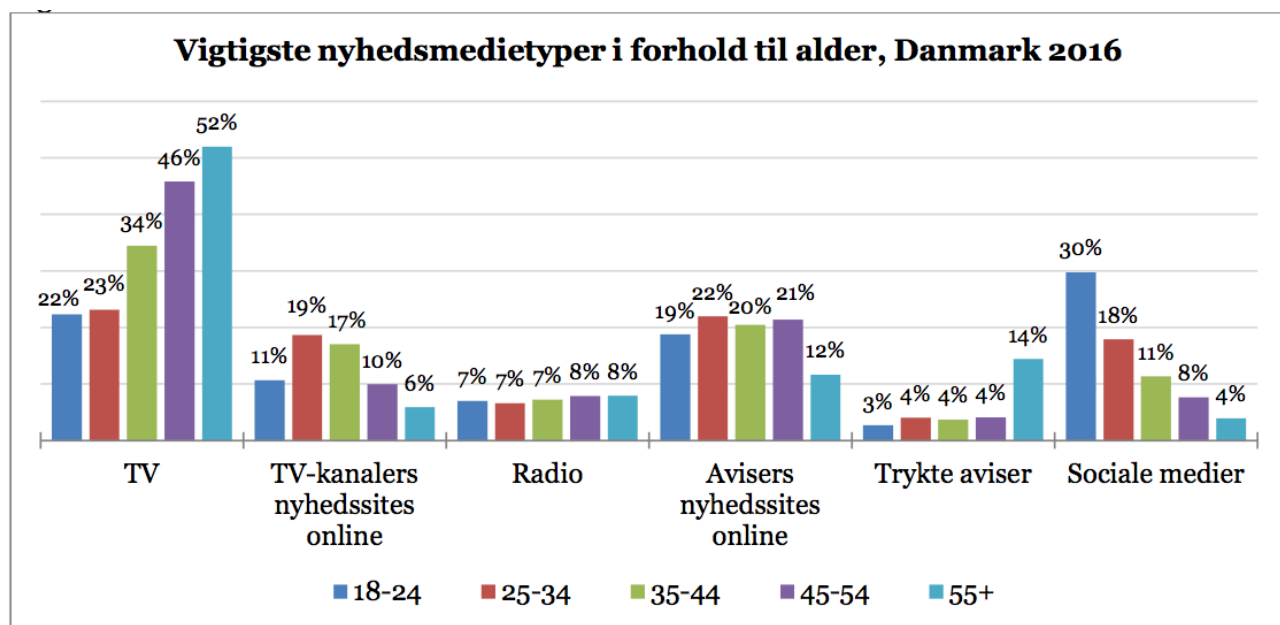
Forskellige aldersgruppers brug af nyhedsmedietyper 2015



Q3. "Hvilke, om nogen, af følgende har du brugt som kilde til nyheder i den seneste uge?"

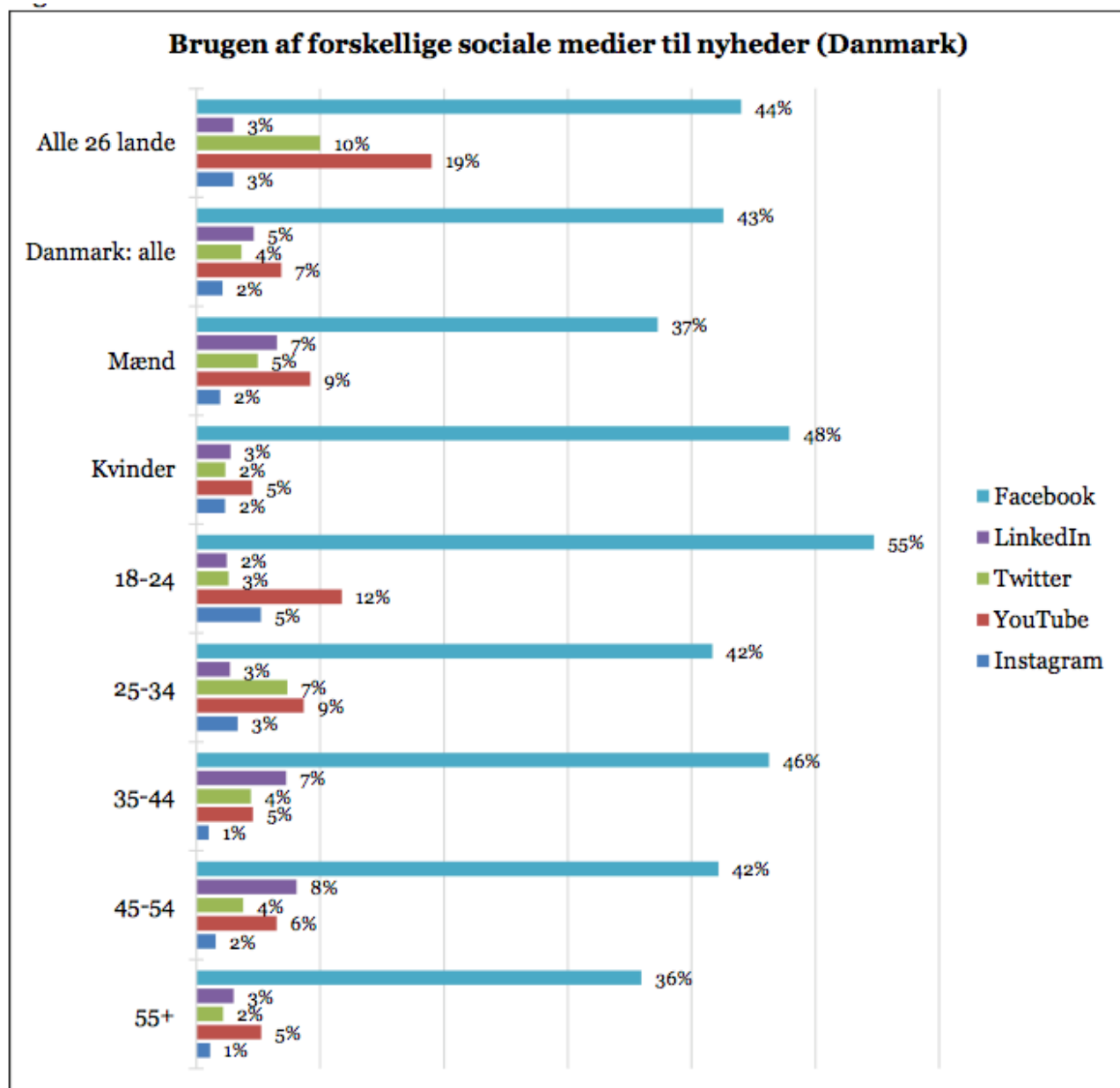
(Figur 2, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 21).

Det er som figur 2 viser de unge fra 18 til 24 år, som er stærkest repræsenteret med 66 procent, men de ældre i aldersgruppen 55+ er ligeledes stærkt repræsenteret med 57 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 21). Selvom brugen af sociale medier som nyhedsmedie på ugebasis er steget, er der ikke mange, som anser sociale medier, som deres vigtigste nyhedsplatform. Det er således kun 12 procent af danskerne, som angiver sociale medier som deres vigtigste platform for nyheder (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 23) - en opfattelse der dog er vokset med 9 procentpoint i forhold til tilfældet i rapporten fra 2013 (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 24). Det er især de unge 18 til 24-årige, som opfatter nyheder på sociale medier som vigtigst. Her er det således 30 procent, som finder nyheder på sociale medier vigtigst (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 24). Vigtigheden af nyheder fra sociale medier hos de unge, er altså markant højere end hos resten af befolkningen, og det er en tendens, som er tæt på fordoblet siden 2015, hvor tallet var 16 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 25).



Q4. Du siger, at du i løbet af den seneste uge har brugt disse kilder til nyheder, hvilken vil du sige er den vigtigste for dig? (Figur 3, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 25).

Facebook dominerer blandt de sociale medier når det kommer til nyhedsforbrug, hvor 43 procent af danskerne hr brugt denne platform til nyheder den seneste uge (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 26). Igen er de unge i aldersgruppen 18-24 dominerende med ca. 10 procentpoint mere end de øvrige aldergrupper (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 27).



Q12 "Hvilke, om nogen, af følgende har du brugt til at finde, læse, se, dele eller diskutere nyheder i den seneste uge?"
(Figur 4, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 27).

Videre forklares det at 35 procent angiver, at de benytter sociale medier for at finde de nyheder de gerne vil have (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 29). Også her et procentdelen størst blandt de unge med 49 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 30).

Tabel 2, Veje til nyheder, aldersforskelle, Danmark 2016

	Alle	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Gik direkte til en eller flere nyhedshjemmesider/apps	55%	37%	55%	65%	59%	56%
Brugte sociale medier og stødte på nyheder ad den vej	35%	49%	45%	38%	36%	23%
Brugte en søgemaskine og søgte en bestemt hjemmeside eller nyhedshistorie	16%	16%	13%	16%	14%	19%
Fik nyheder via en email eller et email-nyhedsbrev	18%	9%	9%	12%	18%	28%
Brugte en app eller hjemmeside, som samler forskellige nyhedskilder	5%	6%	8%	5%	5%	4%

Q10 "Hvis du tænker på hvordan, du har fået nyheder online (via computer, mobil eller anden enhed) i den seneste uge, hvordan blev du så først opmærksom på nyhedshistorierne?"

(Figur 5, Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 30).

Det er ligeledes væsentligt at se på brugernes adfærd i forhold til hvilken enhed de benytter når de søger og konsumerer nyheder. Her er brugerne mere tilbøjelige til at fortrække sociale medier, når de benytter deres smartphone, hvilket kan betyde, at jo mere udbredt det bliver at benytte sin smartphone til nyheder, desto mere vil nyhedsforbruget foregå på de sociale medier, hvilket ligeledes kan føre til en stigning i tilfælde af forbrugere, der ikke tager notits af, hvilket nyhedsmedie, som har produceret den nyhed, som de læser. Dette tal ligger som det ser ud nu på 50 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 30-31).

Når rapporten adspørger respondenterne om deres bevæggrunde for at benytte sociale medier til at få nyheder og om de har nogen betænkeligheder herved, er der på tværs af alder og køn, overvejende enighed om, at sociale medier først og fremmest er en nem måde at få adgang til en række forskellige nyhedskilder, hvilket angives af 46 procent. Endvidere angiver 36 procent, at de benytter de sociale medier fordi de hurtigt får viden om breaking news – dette er især vigtigt for de 18-24-årige (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 31). 22 procent af respondenterne forklarer ligeledes, at det ikke er væsentligt, at man har mulighed for at dele nyhederne med andre eller kommentere dem, ligesom 8 procent siger, at det ikke er specielt vigtigt at kende de nyheder, som vennerne i ens netværk går op i. Slutteligt angiver 17 procent at det slet ikke er vigtigt at få nyheder, som er skræddersyet til ens personlige interesser. Igen afviger de unge i alderen 18 til 24, som er mere interesserede i denne mulighed. Her er tallet på 17 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 31). Dog viser tal fra rapporten, hvor respondenterne er blevet spurgt nærmere ind til deres nyhedsforbrug via sociale medier med henblik på hvilke egenska-

ber, som de kan være mere eller mindre glade for. Her angiver 25 procent, i modsætning til ovenstående, udtryk for at de synes godt om de algoritmer, som skræddersyr, hvilke nyheder, de bliver præsenteret for i deres newsfeed. Her er tallet blandt de unge 36 procent (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 32). Derimod er flertallet ikke for, at algoritmerne bringer dem nyheder som deres venner interesserer sig for. Det er således kun 11 procent af de adspurgte, som finder denne konsekvens af de sociale mediers algoritmer som noget positivt. Igen er de unge dog mere accepterende over for dette forhold, da 20 procent ser det som en fordel (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 32).

Når undersøgelsen videre beskæftiger sig med danskernes holdning til de algoritmestyrede newfeeds på sociale medier, viser det sig, at mange er bekymrede, hvis algoritmerne har den konsekvens, at deres nyhedsoverblik har mangler, ved f.eks. udelukkelse af væsentlige informationer og forskelligartede synspunkter. 66 procent er således bekymrede for, at vigtige informationer bliver fravalgt pga. algoritmerne, en bekymring, som deles på tværs af aldersgrupperne (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 32-33). Næsten det samme antal, 63 procent, er bekymrede ved det forhold, at algoritmerne gør synspunkter, der kan udfordre deres egne synspunkter, bliver mindre synlige. Som det har været tilfældet gennem undersøgelsen, er de unge 18 til 24-årige, med 52 procent, også her mindre bekymrede, men det er tydeligt, at utrygheden ved algoritmestyrede nyheder er stor (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 33).

De spørgsmål som rapporten behandler i forhold til danskernes knytter sig til den offentlige diskussion om filterbobler eller ekkokamre (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s.33), som dette speciale også beskæftiger sig med. Forskerne forklarer, at der på den ene side ikke er tvivl om, at algoritmerne på de sociale medier, både inden for nyhedsmedieområdet, men også generelt, i høj grad præsenterer brugeren for indhold, hvis værdier og holdninger, han eller hun i forvejen er enig med. Rapporten konkluderer, ligesom det er vores holdning i denne afhandling, at i og med, at det sker uden brugerens bevidste medvirken, så må det anses med betænkelighed, set fra et demokratisk synspunkt, i et samfund, hvor bred og mangfoldig meningsdannelse er vigtige elementer for den offentlige debat og den demokratiske proces (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 33). Rapporten om danskernes brug af nyhedsmedier viser klart, at det brede flertal af brugerne ikke er interesserede i de konsekvenser, som det, at teknologiske algoritmer styrer, hvilke nyheder de præsenteres for (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 34). Det er ligeledes et demokratisk problem, at man som borger, ikke har indflydelse på, hvad man præsenteres for på de sociale medier, ligesom det er uigennemskueligt,

hvordan ens informationsflow bliver til (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 34).

Neutrale observationer

I februar 2017 tog vi kontakt til en række gymnasiale uddannelsesinstitutioner med henblik på at få etableret kontakt til deres elever. Efter at have været i kontakt med flere gymnasier i og omkring Aalborg, fik vi etableret en aftale med en gymnasieklasse på Turøgade Handelsgymnasium i Aalborg, hvor ni elever indvilligede i at deltage i vores undersøgelse. I første omgang afholdte vi et uformelt møde med respondenterne, hvor vi forklarede dem undersøgelsens sigte, samt hvad vi forventede af dem.

Når vi arbejder med Nexusanalyse som rammeværktøj for den medierede diskursanalyse, så ønsker vi i dette afsnit også at diskutere metoderne, hvormed vi har forsøgt at opnå en "Zone of Identification". Vi har valgt en tilgang, hvor eleverne fra handelsgymnasiet skulle udføre en logbog, der beskriver deres nyhedskonsumering over fem dages varighed. Valget af logbøger, som metode til indsamling af neutrale observationer af deltageres nyhedsforbrug, skal forstås i forhold til vores teoretiske og metodologiske inspiration fra den medierede diskursanalyse, samt teoriens analytiske rammeværktøj, nexusanalyse. Scollon og Scollon anbefaler, at ens undersøgelse skal foregå over en længere tidsperiode og bygger på etnografisk indsamlet empiri, hvor man forsøger at opnå kendskab til ens undersøgelsesfelt gennem neutrale observationer (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 105). Da dette ikke har været en mulighed for os at udføre en fuldkommen etnografisk undersøgelse, hvor vi har kunnet følge vores informanter hele døgnet og notere deres nyhedsforbrug, valgte vi logbøgerne, da de er velegnede som metode, når vi ønsker at få et indblik i de enkeltes rutiner i forhold til deres nyhedsforbrug, samt de medierede handlinger og sociale praksisser, som knytter sig her til

"Diaries, self-report instruments used repeatedly to examine ongoing experiences, offer the opportunity to investigate social, psychological, and physiological processes, within everyday situations. Simultaneously, they recognize the importance of the contexts in which these processes unfold [...] A fundamental benefit of diary methods is that they permit the examination of reported events and experiences in their natural, spontaneous context, providing information complementary to that obtainable by more traditional designs."

(Bolger, Davis & Rafaeli, 2003, s. 580).

Logbøgerne ses her som en mulighed for at generere gengivelser af informanternes praksisser uden de fejlkilder, som der kan være forbundet ved kun at bede dem gengive deres handlinger og tanker herom i retrospektiv over en periode (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003, s. 581).

Dateindsamlingen gør det muligt løbende at indsamle data, som foregår samtidigt med, at informanterne rent faktisk udfører handlingen.

Selvom logbogsmetoden indeholder mange fordele i forhold til traditionelle observationsstudier, er det vigtigt ligeledes at overveje metodens begrænsninger. Et praktisk problem forbundet ved metoden kan være, at den ofte kræver en detaljeret indførsel for at sikre, at deltagerne til fulde har forstået opgaven, samtidigt med, at metoden kræver en vis grad af engagement og dedikation fra deltagerne, for at opnå en valid datamængde (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003, s. 591-592). Denne form for forpligtelse, som kræver at den deltagene gentagne gange i løbet af dagen skal registrere og forholde sig til sine hverdagsrutiner sætter store krav til informanten (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003, s. 591-592). For at imødekomme denne problemstilling er det en god ide, at forskeren udarbejder en form for design, som gør det lettere for deltageren at udføre opgaven, hvilket skal gøres med forsigtighed, da man ikke ønsker at begrænse informantens muligheder for at udtrykke sig (Bolger, Davis & Rafaeli, 2003, s. 591-592). En anden fejlkilde, som Bolger, Davis og Rafeli ikke beskriver, men som vi vil argumentere for gør sig gældende i alle studier, hvor man forsøger at indsamle data gennem neutrale observationer er, at i det øjeblik en deltager bliver gjort opmærksom på, at han eller hun bliver observeret eller skal være opmærksomme på en bestemt adfærd eller en bestemt hverdagshandling, så må det medregnes som en fejlkilde, at ens datamængde ikke til fulde afspejler virkeligheden på grund af informantens bevidsthed herom. Herudover er der risiko for at informanterne, når de selv udfærdiger logbøgerne, ikke er fuldstændigt ærlige omkring deres adfærd. Det er dig bias som disse, vi forsøger at imødekomme gennem vores mixed methods tilgang, hvor vore metodetriangulering gerne skulle identificere sådanne uoverensstemmelser (Larsen og Raudaskoski, 2016, s. 105).

Informanterne skulle beskrive deres nyhedskonsumerings "rejse": fra hvilken enhed (mobil, tablet, avis etc.) læste/så/hørte de nyheder, igennem hvilket medie (internet-browser, Facebook, Twitter, avis etc.) og hvornår de havde læst nyhederne. Hvis de f.eks. læste en nyhed på Facebook, så skulle de beskrive, om de læste nyheden fordi, at en ven enten havde "liket" eller delte nyheden. Læste de nyheden fordi, at den er var blevet sendt til dem gennem Facebook Messenger, så skulle de beskrive det. Vi havde

forud for de studerendes arbejde med at udføre logbogen mødtes med de dem i deres egne omgivelser på Turøgade, hvor vi satte os ned og snakkede med dem omkring, hvad arbejdet med at udføre en sådan logbog indebar. Grunden til at vi valgte dette, skal findes gennem inspiration fra Steinar Kvale, som anbefaler, at man forud for et interview briefer deltager om hensigten (Kvale, 1997, s. 132). Vi er selvfølgelig klar over, at udførelsen af logbogsarbejdet ikke er det samme som et interview, men eftersom at vi efter udførelsen af logbøgerne skulle interviewe gruppen, vurderede vi, at dette ville være gavnligt for henholdsvis udarbejdelsen af logbøgerne samt forholdet mellem deltagerne og os.

Halvstruktureret gruppeinterview

Efter informanternes udførelse af logbøgerne satte vi et møde op, så vi kunne udføre et interview med hele gruppen samlet. Formålet med interviewet var at tilegne os en dybere forståelse for, hvordan de studerende forstår de praksisser, der foregår og specielt de erfaringer, som deltagerne har gjort samt hvordan de forstår og italesætter deres medierede handlinger.

Gruppeinterviewet blev forberedt med afsæt i logbøgerne og vores tilegnede viden inden for undersøgelsesfeltet. Samspillet mellem os og de interviewede har været kilde til den vidensgenerering, der har fundet sted. Dette bliver også beskrevet af Kvale: *"I interviewet skabes der viden mellem interviewerens og den interviewedes synspunkter"* (Kvale, 1997, s.129). Vi havde på forhånd struktureret gruppeinterviewet på en måde, hvor vi havde en række temaer, som vi ønskede skulle behandles gennem interviewet. Dog var vi i interviewet i konstant bevidsthed omkring, at vi ville forfølge de svar, som eleverne fra Turøgade gav. Vi var altså åbne for, at rækkefølgen for hvordan vores spørgsmål skulle stilles kunne forandres:

"Det har en række temaer, der skal dækkes, såvel som forslag til spørgsmål. Men på samme tid hersker der åbenhed over for ændringer af spørgsmålenes rækkefølge og form, således at man kan forfølge de svar, interviewpersonerne giver, og de historier, de fortæller"

(Kvale, 1997, s. 129).

Forud for interviewets udførelse havde vi, som beskrevet indledningsvist, forholdt os til den viden, vores neutrale observationer i form af logbøgerne havde medbragt. Vi havde fokus på at få informanterne til at italesætte deres oplevelser, overvejelser og refleksioner i forhold til deres nyhedskonsumering, men på samme tid forholdte vi os også kritisk til de italesættelser, som de kom med i forhold til, om deres ytringer stemte overens med

de medierede handlinger, som de havde noteret i arbejdet med at udføre logbøgerne. Denne beslutsomhed blev taget ud fra Kvaless tanker om forskningsinterviewets karakteristika: *"I forhold til samtaler i dagliglivet er forskningsinterviewet således karakteriseret ved metodologisk bevidsthed om spørgsmålsformer, fokus på interaktionsdynamikken mellem interviewer og den interviewede, og kritisk opmærksom over for, hvad der siges"* (Kvale, 1997, s. 31).

Forud for interviewet kunne vi med baggrund datamængden fra logbøgerne se, at hovedparten af informanternes nyhedskonsumering foregik på Facebook (bilag 1). Udover at vi på forhånd havde forberedt nogle spørgsmål, der skulle behandle visse temaer, til interviewet, havde vi ligeledes forberedt nogle aktiviteter som værktøj til, at de studerende nemmere kunne få italesat deres synspunkter omkring deres nyhedsforbrug samt diskuteret dem indbyrdes.

Den første aktivitet, som vi havde forberedt bestod i, at de skulle forholde sig til og efterfølgende rangere en række medier, som vi på forhånd havde udvalgt. Udvælgelsen af disse foretog vi med baggrund i informanternes logbøger, samt den viden vi havde tilegnet os gennem den eksisterende forskning på området. De skulle rangere følgende valgmuligheder: Nyhedshjemmesider (eksemplificeret ved DR.dk, TV2.dk, Politiken.dk og EB.dk), Twitter, Apps, Google, Reddit, Facebook, Instagram og Snapchat. Derudover gav vi dem muligheden for at ytre, hvis de følte, at der manglede nogle medier ved et kort, hvor der stod "Andet?". Både de medieforskningsrapporter, som vi har orienteret os i, samt deltagernes egne logbøger viste som nævnt, at en stor del af de unges nyhedsforbrug foregår på Facebook. Vi ønskede dog at få verificeret, at de resultater, som de neutrale observationer i form af logbøgerne gav os, stemte overens med deltagernes faktiske nyhedsforbrug. Logbøgerne viste et meget entydigt billede af Facebook som den absolut mest anvendte platform for informanternes nyhedskonsumering – også i en mere udpræget grad end det billede den eksisterende forskning på området viser (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016).

Vores mål med gruppeinterviewet var at tilegne os viden om de unges nyhedsforbrug på sociale medier og deres bevidsthed om bias forbundet herved, hvor vores kvalitative tilgang i modsætning til medieforskningsrapporterne, går et spadestik dybere og tager udgangspunkt i respondenternes italesættelser af deres refleksioner og tolkninger af deres medierede handlinger. *"This group is more valuable many times over than any representative sample. The group discussion will serve to revise or solidify the researchers image of the reality of a social setting"* (Frey, 1991, s. 177).

Bente Halkier mener, at man med fordel, forud for et fokusgruppeinterview, kan udføre en slags ”pilot-metode”(Halkier, 2008, s. 16).

Dette bakkes også op af James H. Frey, der skriver: *”group interviews can be used in a post-test context where representatives of the population under study are asked to interpret certain results”* (Frey, 1991, s. 178).

Vi mener dog ikke, at gruppeinterviewet skal degraderes til en ”pilot-metode”. I vores tilfælde benytter vi gruppeinterviewet, som vores primære kvalitative empiriindsamling, hvorefter vi ønsker at benytte fokusgruppeinterviewet til at efterprøve essensen af den datamængde, som vores gruppeinterview har medbragt. Dermed kommer vores rammesætning for fokusgruppeinterviewet til at blive defineret af det videnskabsmæssige afkast, som vores gruppeinterview giver.

Fokusgruppeinterview

For det første er det vigtigt at fastslå, at et fokusgruppeinterview ikke er det samme som et gruppeinterview (Halkier, 2008, s. 9). Det ses ofte ved semistrukturerede gruppeinterviews, at interviewereren i høj grad interagerer med den interviewede i form af mange direkte spørgsmål og svar. Dette står i kontrast til fokusgruppeinterviewet, hvor interaktionen foregår deltagerne imellem. Interviewets rammesætning er sat af fokusgruppens moderator, men datamængden fra situationen bliver dannet på baggrund af respondenternes interne interaktion. Hermed er det ikke moderatorens opgave at pejle respondenterne i en retning, som han/hende gerne vil. Det er netop denne kombination af grupperinteraktionen og det forskerbestemte emne-fokus, der er kendetegnende for fokusgruppeinterviewet (Halkier, 2008, s. 9).

Fokusgruppernes kombination af henholdsvis gruppeinteraktion og emne-fokus gør dem kompetente til at producere empirisk data, der fortæller noget om betydningsdannelser i grupper (Halkier, 2008, s. 10). Betydningsdannelsen foregår som en del af menneskets sociale erfaringer. *”Hvad foretager mennesker sig, hvor, hvornår, sammen med hvem, hvordan oplever de det, og hvordan bliver oplevelsen brugt til at forstå andre situationer?”* (Halkier, 2008, s. 10).

Sociale erfaringer bliver ofte til *selvfølgelige repertoarer*, som anvendes, når mennesket, i samspil med andre mennesker, går gennem hverdagen. Mange af disse repertoarer er så selvfølgelige, at de sjældent italesættes. De er så indlejret i måden, som vi interagerer med hinanden på, at denne forståelse ikke aktivt kommer til udtryk. Dette kaldes for tavs viden i menneskets praktiske bevidsthed (Halkier, 2008, s. 10).

Fokusgruppeinterviewet giver potentielt muligheden for, at disse ellers ikke-italesatte repertoarer kommer til udtryk. *"Fokusgruppeinterviews er gode til at producere data om mønstre i indholdsmæssige betydninger i gruppers beretninger, vurderinger og forhandlinger"* (Halkier, 2008, s. 10). På denne måde bliver det ofte tydeliggjort, hvad en sammensat gruppe kan blive enige om og ikke mindst, hvad de ikke kan blive enige om. Denne metodologiske tilgang giver mulighed for, at deltagerne "tvinger" hinanden til at være eksplícitte i forhold til at italesætte den ellers tavse viden, den viden som i hverdagen ikke bliver italesat eller markeret.

Vi er optaget af, at få belyst vores genstandsfelt fra flere vinkler, hvilket vores metodiske tilgang også bærer præg af. Dette da vi ønsker en høj validitet af undersøgelsens resultater.

"Tit kan det være en gode idé – hvis der er ressourcer til det – at kombinere flere forskellige metoder til dataproduktion inden for et forsknings- eller studenterprojekt. Hvis man hælder mest til den positivistiske eller realistiske ende af videnskabsteorien, så kan man argumentere for, at kombinationen af flere metoder kan fungere som triangulering (Fern, 2001: 176-79). Det vil sige, at de forskellige typer data om samme emne kan udgøre et slags check af hinanden på lidelighed. Siger folk nu det samme, når de er i en fokusgruppe, som når de bliver interviewet alene? Triangulering kan på denne måde højne validiteten af undersøgelsens resultater"

(Halkier, 2008, s.15)

Den primære styrke ved fokusgruppeinterviewet som metode til at producere data er, at metoden giver mulighed for at producere data, der fortæller noget om sociale gruppers fortolkninger, interaktioner og normer. Metodens evne til at få deltagerne til at sætte ord på nogle selvfølgeligheder giver en vinkel, som det enkelte enmandsinterview ikke giver. Det er også her, at gruppens deltagere kan få diskuteret nogle selvfølgeligheder, der muligvis ikke deles af alle i gruppen. Denne gruppeinteraktion giver således en anden mængde data (Halkier, 2008, s. 13).

Fokusgruppeinterviewet er dog ikke egnet til at producere data om individers livsverdener, da deltagerne ikke får den samme rum tid til at udtrykke sig, som hvis de blev interviewet enkeltvist (Halkier, 2008, s. 13).

Fokusgruppeinterviewet har også den udfordring, at deltagerne skal snakke om et emne, hvor deres holdninger kommer til udtryk. Der kan være situationer, hvor en deltager ikke udtrykker sig sandfærdigt på grund af, at deltageren er bevidst omkring, at vedkommendes holdning

differerer fra den, i konteksten, socialt accepterede holdning. Dette kan f.eks. være hvis fokusgruppeinterviewet foregår på en arbejdsplads, hvor daglige rutiner eller lignende bliver diskuteret. Sidder chefen af arbejdspladsen til mødet, så kan en deltager være bange for at udtrykke sig sandfærdigt. Det kan også være, at vedkommende er bange for, at de andre deltagere vil gå videre med informationen efterfølgende. Det er dog også usikkert, om denne fejlkilde vil komme til udtryk i et enkeltmandsinterview, selvom det udelukkende blev italesat til en interviewer. Det er efterfølgende op til moderatoren af fokusgruppen at finde frem til den ”korrekte” forståelse (Halkier, 2008, s. 13).

Navigating the Nexus of Practice

I denne anden fase af vores analyse foretager vi en kortlægning af vores indsamlede data. Som det første ønsker vi altså at organisere den data og den viden, som vi har tilegnet os i *Engaging the Nexus of Practice*. Scollon og Scollon anbefaler, at man danner sig et overblik over ens samlede datamængde gennem en form for *mapping* (Scollon & Scollon, 2004, s. 159), hvor det vigtige er at danne sig et overblik over ens indsamlede data og det *nexus of practice*, som vi undersøger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 106). Det er i denne fase af vores analysearbejde, at vi diagnosticerer og følger bestemte cyklusser inden for det felt, som vi undersøger, altså unges nyhedsforbrug på sociale medier og deres bevidsthed omkring bias forbundet herved. Disse cyklusser kan både være personer, diskurser eller objekter, der er centrale inden for det konkrete undersøgelsesfelt (Scollon & Scollon, 2004, s. 159-160).

Vi har vores primære fokus på diskurser omhandlende bestemte medierede handlinger, som de italesættes af vores informanter under gruppeinterviewet, mens vi ligeledes skaber overblik gennem en tematisering af centrale temaer (diskurscyklusser) i datamængden fra logbøgerne, medieforskningsrapporterne, samt vores tilegnede viden om den moderne nyhedsforbruger, det postfaktuelle samfund og bias forbundet ved unges nyhedsforbrug på sociale medier. Fordi vi ikke har foretaget egentlige etnografiske undersøgelser, er vores primære fokus på italesættelserne heraf, hvormed vores diskursanalytiske tilgang til analysen af vores data i *navigating-fasen* også bærer præg af en mere traditionel diskursanalytisk tilgang. Når vi alligevel vil argumentere for, at vi ikke udelukkende analyserer disse diskurser uafhængigt, skal det ses i forhold til den samlede viden, som vi tilegnede os gennem *engagingfasen*, hvor vi med vores meto-detriangulering, gennem *mixed methods*, tilegnede os en form for *zone of identification*, som er kendetegnende for medieret diskursanalyse og *nexusanalysen* i modsætning til eksempelvis den kritiske diskursanalyse, hvor man alene bygger sin analyse på sprogbrug. Da vi som nævnt tidligere selv er aktive brugere af sociale medier, samt har en stor del af vores eget nyhedsforbrug online, har vi allerede en del af den *zone of identification*, som en etnografisk undersøgelse af feltet ville have givet os. Eksempelvis beskriver Malene Charlotte Larsen, hvordan hun som novice var nødt til at blive velbevandret inden for det *nexus of practice*, som hun undersøgte før, at hun kunne begynde sin egentlige analyse i *Navigating the Nexus of Practice* (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 106). I modsætning hertil beskrives et andet studie, hvor McIlvenny og Raudaskoski ikke behøvede at foretage sådanne etnografiske studier for at opnå en *zone of*

identification, da de allerede var velbevandrede inden for det konkrete nexus of practice, som de ville undersøge (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 106). I vores konkrete undersøgelse placerer vi os selv et sted midt i mellem disse eksempler, da vi er som nævnt selv aktive brugere af sociale medier og har en del af vores nyhedsforbrug herpå. Vi er således selv disponerede for de problematikker som er forbundet hermed. Dog adskiller vores brug af sociale medier og vores nyhedskonsumering sig fra gymnasieelevernes, hvorfor vi ikke har kunnet springe direkte ind i Navigating the Nexus of Practice, uden på forhånd at forstå feltet i et bredere perspektiv end vores eget. Vi har således vores primære fokus på diskurser, som de italesættes af vores informanter under gruppeinterviewet, men disse analyseres ikke isoleret set, da vi forholder dem til vores samlede viden om de sociale handlinger, som de medierer. Med inspiration i den medierede diskursanalyse ønsker vi således at kortlægge de forbindelser, som eksisterer mellem sprogbrug og social praksis, hvor vi lader de sociale aktører, i form af vores informanter, komme til orde, og inddrager de sociale handlinger forbundet med diskurserne herom i vores analyse. Vores udgangspunkt er altså et dialektisk forhold mellem diskurser og sociale handlinger, da de er gensidigt konstitueret og konstituerende for den sociale praksis. Det er således, som vi berørte i vores præsentation af vores teoretiske og metodologiske tilgang, ikke diskurser alene, som konstituerer samfund og kultur (Scollon, 2001, s. 141).

Følgende analyse vil helt konkret blive bygget op omkring en række centrale temaer, som vi kortlægger gennem tematiseringen af vores egen indsamlede empiri, samt den viden vi har tilegnet os gennem den eksisterende forskning på området, som vi har præsenteret og behandlet i *engaging the nexus of practice*. Temaerne bygger således på vores samlede viden om feltet og tager udgangspunkt i informanternes italesættelse af deres medierede handlinger, når de søger og forbruger nyheder. Mange af disse temaer flyder i praksis sammen og flere af udtalelserne kan således være med til at belyse flere af de centrale temaer, som vi vil præsentere i det følgende. Organiseringen af udtalelserne og centrale temaer fra det samlede empiriske fundament skal således ses som mulighed for at skabe overblik over vores data, mens de temaer som vi udleder heraf, skal ses som en kombination af informanternes italesættelser og det samlede vidensgrundlag, som vi bygger vores analyse op omkring.

Med baggrund i vores viden fra *engaging the nexus of practice* står det klart, at de unges nyhedsforbrug adskiller sig fra resten af befolkningens. Deres nyhedsforbrug er i stigende grad flyttet over på de sociale medier og i særdeleshed til Facebook.

Dette billede er særligt udpræget i vores lokale kontekst blandt informanterne fra Turøgade Handelsgymnasium. De har Facebook som deres klart foretrukne medie til nyheder. Vi modtog i alt 82 screenshots, som viser et øjebliksbillede af deres nyhedskonsumering, og af dette samlede antal, bestod 72 af de 82 eksempler, af screenshots af brugernes newsfeed på Facebook (bilag 1).

Det er ikke underligt, at de unges nyhedsforbrug er flyttet til de sociale medier. Individet og forbrugeren i det senmoderne samfund adskiller sig fra tidligere ved en øget refleksivitet (Giddens, 1996, s. 14). Selvidentiteten ses som et refleksivt projekt, fordi den refleksivitet, der er så karakteristisk for det senmoderne samfund ligeledes gennemsyrrer det moderne individ. Individet er selv ansvarlig for sit eget identitetsprojekt, hvormed hele tilværelsen bliver et spørgsmål om at vælge noget, og dermed vælge noget andet fra. Den moderne forbruger er selektiv og vælger selv, hvilket indhold han eller hun vil præsenteres for, hvor han eller hun vil have det, hvornår han eller hun vil have det og på det medie som passer ham eller hende bedst.

Med baggrund heri er det ikke underligt, at nyhedsforbruget, i særdeleshed hos de unge brugere, som er vokset op med disse nye teknologier, er flyttet til de sociale medier. Facebook, som den primære distributør af nyheder og må anses for at være de unge brugeres favorit, tilbyder, gennem sine forskellige funktioner som at "like", "følge", dele og "tagge", at forbrugeren kan vælge at få indhold efter egne præferencer, mens mediet samtidigt gør det muligt for brugeren selv at bestemme, hvornår, fra hvem og hvordan de ønsker deres nyheder – dog med den bias forbundet herved, at Facebook som medie er styret af en avanceret algoritme, der favoriserer bestemt indhold, og præsenterer brugeren for indhold han eller hun er mere tilbøjelig til at synes om, og i nyhedsregi dele holdning og mening med.

Her er nyheder ikke noget de unge nyhedsforbrugere søger, men noget de forventer kommer til dem som en naturlig del af deres mediebrug (bilag 2, l. 176, 15:16-15:23), hvilket blot forstærker de bias, som vi har beskrevet kan resultere i online ekkokamre, hvor brugerne ikke opnår et nuanceret nyhedsbillede, men derimod i højere grad tilegner sig nyheder i deres egen filterboble (Pariser, 2011, Bozdog & Hoven, 2015 & Schröder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016).

Vores analyse bygger primært på data fra vores informanter fra Turøgade Handelsgymnasium, deres interaktion hinanden imellem og i deres inter-

aktion med os. Herudover har vi også interviewet fem personer, der har den samme uddannelsesmæssige baggrund samt lever op til vores alderskrav om at repræsentere vores udvalgte målgruppe. Helt konkret vil vi i denne anden fase fremhæve konkrete citater fra vores datamængde, indhentet fra interaktionen mellem informanterne fra Turøgade handelsgymnasium og os selv, hvorefter vi, hvor vi finder det relevant, sammenholder disse med italesættelser fra den omtalte testgruppe.

I det følgende vil vi præsentere den analysemetode, som vi har benyttet i organiseringen og tematiseringen af vores gruppeinterview med gymnasieeleverne, da det er med afsæt heri, at vi forsøger at tilegne os en dybere forståelse af de unges nyhedsforbrug på sociale medier og deres bevidsthed om bias forbundet herved.

Vi kunne have adspurgt informanterne direkte i et forsøg på at besvare vores problemformulering, men ønskede ikke, hverken i forhold til logbøgerne eller gruppeinterviewet at præge dem i en bestemt retning, hvor vi kun ville have en dialog om deres nyhedsforbrug på Facebook, fordi det var det klare billede, som logbøgerne tegnede. Med vores teoretiske inspiration i den medierede diskursanalyse, og vores mixed methods tilgang, ønskede vi gennem vores forskellige metoder, at skabe klarhed over gymnasieelevernes forbrug af nyheder generelt, for ikke at risikere at miste essentielle aspekter af deres medierede handlinger og de medierede midler de benytter. Selvom logbøgerne viste et meget ensidigt billede, hvor Facebook var den klart mest anvendte platform til nyheder, så stod det alligevel klart, efter vores interview med gymnasieeleverne, at dette billede var for simpel og ikke gav et retvisende billede at bygge analysen på alene. Facebook er ganske vist deres primære kilde til nyheder, men interviewet viste et billede af en nyhedsforbruger, der er vant til at operere i et bredt spektrum af medier på samme tid, og selvom Facebook er klart den primære, ligeledes benytte andre medier i et bredt omfang, hvor hvert medie har sin bestemte anvendelse. Dette vil vi beskrive nærmere, når vi senere i denne analysefase behandler vores data fra gruppeinterviewet med gymnasieeleverne.

Thematic Networks – organisering af gruppeinterview

Med henblik på at kunne holde et overblik over den datamængde, som gruppeinterviewet har medført, så tager vi i organiseringen af vores data udgangspunkt i metoden *Thematic Networks*, som den beskrives af Jennifer Attride-Stirling. Attride-Stirling, beskriver Thematic Networks på følgende måde; "*Thematic analyses seek to unearth the themes salient in a text at different levels, and thematic networks aim to facilitate the structuring and depiction of these themes*" (Attride-Stirling, 2001, s. 387).

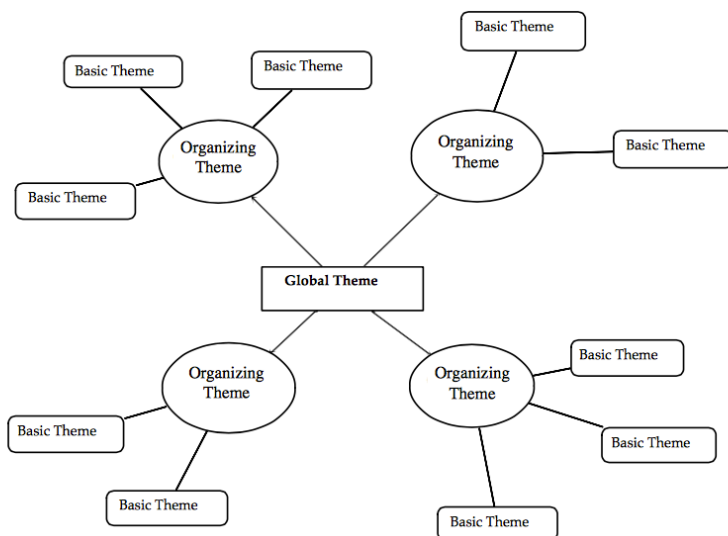
Thematic networks søger at udgrave fremtrædende temaer i en tekst på forskellige *niveauer*, også af Jennifer Attride-Stirling *beskrevet som 'levels'*, og tilgangen har i sigte at lette struktureringen og skildringen af disse temaer (Attride-Stirling, 2001, s. 387).

Thematic Networks tilbyder et spindelvævslignende overblik – dette overblik består af tre niveauer: *basic themes*, *organizing themes* og *global themes* (Attride-Stirling, 2001, s.388).

Basic theme er den mest basale og lavest rangerede tematisering i thematic networks. Dette niveau siger ikke meget om helheden, og for at kunne udlede mere end den umiddelbare mening, så skal den ses i kontekst med andre basic themes (Attride-Stirling, 2001, s.388-389).

Organising themes er middel rangeret, og dette niveau har til hensigt at organisere basic themes. Disse organiseres i klynger under én hovedoverskrift, der dækker de forskellige udsagn (Attride-Stirling, 2001, s.389).

Global Theme er et resume af de eksisterende organising themes. Her bliver der skåret ind til sagens kerne, men det er samtidigt også her, at der fortolkes på teksten (Attride-Stirling, 2001, s.388-389). Alt efter hvor forskelligartet datamængden er, så kan det være nødvendigt at have flere forskellige temaer i organizing themes. Det kan være svært at forene forskellige global themes under én overskrift, hvis de omhandler forskellige felter. Vi vælger ikke at fortage egentlige global themes, da de i vores analyse bliver repræsenteret gennem de overordnede temaer, som strukturerer vores analysearbejde i navigating-fasen, og som er et resultat af vores samlede datamængde, og ikke gruppeinterviewet alene



(Figur 6, eksempel på thematic networks)

Helt konkret har vi transskriberet vores interview med de studerende fra handelsgymnasiet på Turøgade. I praksis har vi printet transskriptionen ud, hvorefter vi har gennemgået udskriftet kronologisk, hvor vi har udvalgt centrale basic themes, der, efter vores tolkning, havde en værdi for undersøgelsens sigte. Herefter klippede vi alle basic themes ud og organiserede dem under en række organising themes, som det illustreres i figur 6.

Vi har valgt at kalde vores organising themes for: *Foretrukne medier, mund til mund, distribution, definition af nyheder, filterbobler, nyhedsforbrug på Facebook, platforme, algoritmer, rutiner, selektion, social dimension, refleksion, individuelt skræddersyet, underholdning, kildekritik og hvorfor nyheder?*

Da vores interview med informanterne bygger på vores eksisterende viden inden for feltet, er det vigtigt at medtænke, at disse organizing themes ikke udelukkende er et resultat af den kronologiske gennemgang af de enkelte udtalelser. De skal ses i lyset af vores overordnede hermeneutiske tilgang, hvor vi hele tiden tilegner os ny viden om vores undersøgelsesfelt, og således bygger videre på vores eksisterende forståelse og kombinerer denne med vores nye viden. Det ville derfor være misvisende og naivt at påstå, at disse organizing themes ikke bærer præg af vores eksisterende viden på området og ligeledes er tematiseret med henblik på at undersøge og besvare vores problemformulering. Dette ser vi dog, qua vores videnskabsteoretiske afsæt, hvor vi overordnet set arbejder hermeneutisk og gennem vores diskursanalytiske tilgang tilkender sproget en central rolle som både konstitueret og konstituerende, som en helt naturlig tolkning i analysen af vores empiriske data. Målet er netop at bringe overblik over en omfattende mængde af udtalelser, for derefter at anvende disse i besvarelsen af vores problemformulering.



Thematic Networks anvendt i praksis.

Efter at have gennemgået vores organizing themes og sammenholdt dem med vores samlede datamængde, har vi med henblik på at besvare vores problemformulering arbejdet os frem til følgende centrale temaer (diskurscyklusser), som vil danne ramme om vores egentlige analysearbejde i Navigating the Nexus of Practice fasen.

- Sociale medier som nyhedsdistributør
- Den øgende refleksivitet og den moderne nyhedsforbruger
- Confirmation bias på sociale medier og nyhedsforbrugerens bevidstheden herom

Sociale medier som nyhedsdistributør

Vores gennemgang af deltagernes logbøger viste et entydigt billede af Facebook, som den altdominerede platform, hvorigennem informanterne fik deres nyheder. Dette forhold er ikke overraskende set i forhold til den eksisterende forskning på området, som vi præsenterede i engagingfasen, hvor 55 procent af de unge 18-24årige havde brugt Facebook som platform for nyhedskonsumering inden for den seneste uge (Schröder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 27). Vores empiri i form af logbøgerne indikerer dog, at denne adfærd er endnu mere udpræget blandt vores informanter, hvorfor vi ønskede at få italesat dette under vores interview med disse. I vores præsentation af hensigten med logbøgerne, under vores briefing af informanterne forud for udførelsen, ønskede vi at give dem så frie muligheder som muligt, således vores angivelser ikke ville præge empirien i en bestemt retning. Hensigten med logbøgerne var, at disse skulle fungere som neutrale observationer af deltagernes adfærd. Når logbøgerne alligevel viste et så ensidigt billede, ønskede vi under interviewet at afklare, om dette billede stemte overens med deres fatiske nyhedsforbrug. For at informanterne havde et grundlag at tale ud fra, valgte vi derfor at præsentere dem for en række medier og platforme, som de skulle forsøge i fællesskab at rangere i forhold til deres præferencer. På den måde kunne vi diskutere informanternes nyhedsforbrug og efterprøve om de klare indikationer logbøgerne viste, stemte overens med deres faktiske forbrug.

Det stod klart at informanterne benyttede sig af en bred vifte af medier og platforme på daglig basis, ligesom de forskellige medier havde forskellige funktioner i forhold til, hvilket indhold, de blev benyttet til. Under rangeringen af de forskellige medier tegnede sig et billede, hvor informanterne placerede de fleste af de sociale medieplatforme i en perifer position, da de havde svært ved at rangere disse, netop fordi de hver havde sin specifikke anvendelse. Twitter blev for eksempel benyttet, når de ønskede at ytre deres holdning eller kende til andres holdning om et bestemt emne eller

en bestemt begivenhed, som optog dem i øjeblikket. En informant ytrer således;

5: Jeg vil også sige, altså, der hvor jeg bruger Twitter mest, det er, hvis jeg selv har en holdning eller et eller andet, og jeg gerne vil have andre, der også har den samme holdning som mig, [...] så kan jeg lynhurtigt også finde en hel masse andre, der også begynder at diskutere om det

(bilag 2, l. 410, 34:27-34:45).

Mens en anden har det forhold til Twitter, at han følger bestemte personer, med den begrundelse at han finder dem interessante, og mediet består af *små tilråb*, som han kalder det, når personer giver deres meninger og holdninger til kende på platformen;

3: Du følger nogle mere interessante personer på Twitter netop fordi, at de kommer med de der forskellige tilråb. For eksempel Donald Trump kommer med noget eller en eller anden anden gør det, du ser, det er lidt mere det, som Twitter er til

(bilag 2, l. 440, 37:43-37:53).

Andre sociale medier som Snapchat og Instagram blev ikke brugt til journalistiske nyheder, men fungerede i stedet som underholdning, eller som en platform, hvorpå de fulgte bestemte afsendere i forhold til deres personlige interesser som for eksempel mode, sport eller lignende (bilag 2, l. 614, 51:29-51:46, l. 616, 51:47-51:58 & l. 660, 56:10-56:20). Disse to lå ligeledes på de to laveste placeringer over deltagernes fortrukne medier til nyheder.

Det stod dog klart at Facebook, i lighed med resultaterne af logbøgerne, samt den eksisterende forskning, er gymnasieelevernes fortrukne medie, når det kommer til deres nyhedsforbrug (bilag 2, l. 308, 26:41-26:42, l. 298, 26:04-26:06). Dette italesætter de med baggrund i en række forskellige argumenter, hvor den primære årsag er, at nyhederne gennem Facebook er nemt tilgængelige og det er der de 'støder på' nyhederne, når de alligevel surfer gennem deres newsfeed;

5: Ja fordi, nogle gange når du sidder der, så føles det hele bare så naturligt, ik. Altså, det er bare det, som du er vant til at gøre – lige åbne Facebook op, eller lige åbne op på nettet ikke, også så kommer der et eller andet frem.

(bilag 2, l. 12, 01:22-01:31).

Tæt på sammenstemmende ytrer de under interviewet at Facebook er deres primære platform. Informant 4 udtaler for eksempel; 4: *Ja, placer den øverst, for det er der, at man får sine nyheder fra, og det er der, at man læser de fleste af dem. Det er der, at man direkte søger, hvis man søger efter en vis nyhed* (bilag 2, l. 300, 26:06-26:16).

mens informant 8 siger;

8: *Hvis jeg har været inde og søge på artikler, så er det fordi, at jeg skulle lave en opgave i skolen. Ellers har jeg altid læst dem på Facebook. Det er kun, at jeg går ind og leder efter, hvad jeg har lyst til at læse*

(bilag 2, l. 128, 12:01-12:09).

Som vi har beskrevet er nyheder ikke noget gymnasieelverne i høj grad aktivt opsøger, men i stedet indhold, som de forventer kommer til dem på de platforme de benytter; 6: *"[...] Jeg sætter mig ikke ned og siger, okay nu vil jeg orientere mig om nyheder. Jeg tror bare ligesom, det sker bare, når jeg kigger på Facebook."* (bilag 2, l. 309, 26:42-26:55). 3: *"[...] når man scroller igennem, så kommer der bare fra alt muligt, det bliver jo nærmest kastet i nakken på dig hele tiden [...]. Så bliver du jo også tagget i det nogle gange [...]"* (Bilag 2, l. 1040, 01:24:05-01:24:38), og 4: *"[...] på Facebook, der snubler du mere også over nyhederne [...]"* (Bilag 2, l. 435, 37:10-37:17).

Ovenstående eksempler viser, hvordan Facebook fungerer som informanternes fortrukne kilde til nyheder, simpelthen fordi de eksponeres for dem gennem deres i forvejen tilstedeværelse på mediet. Et andet eksempel på Facebook dominerende rolle i deres forbrug ses i følgende udtalelse, hvor informant 5 italesætter, hvordan han benytter Facebook som søgemaskine, hvis han ønsker at tilegne sig mere viden omkring en konkret nyhed; *"[...] Det er med, at det er en specifik nyhed, som man leder efter. Så kan jeg sagtens finde på at søge på forskellige nyhedsmedier på Facebook for at finde dem [...]"* (Bilag 2, l. 313, 27:27-27:39). Denne anvendelse af Facebook bakkes op af informant 2 og 8 (Bilag 2, l. 315, 27:39-27:40), og er et tydeligt eksempel på Facebooks rolle i informanternes nyhedsforbrug. De anser det som en fordel, at de kan benytte det medie de i forvejen er til stede på til flere forskellige formål, hvor nyhederne både kommer til dem, de kan interagere og dele med hinanden via 'tagge' funktionen, mens de ligeledes kan anvende platformen til at søge nyheder frem, som de har fået kendskab til andetsteds.

TV-Avisen og TV2 nyhederne er placeret på en femteplads over deres foretrukne medier, og de begrundet dette med, at det ikke er noget de opsøger (bilag 2, l. 354, 30:03-30:04). Det er en plattform de sjældent benytter til nyheder, og brugen er oftest forbundet med bestemte handlinger eller i en bestemt kontekst. Eksempelvis i forbindelse med morgenrutinerne i hjemmet, hvor fjernsynet kører inden informant 3 tager afsted om morgenen;

3: Ja, det tænker jeg også – helt i bund. Det er kun, hvis jeg ser nogle nyheder, sådan i forhold til TV2 Nyhederne, så er det kun jeg sidder om morgenen inden, at jeg skal i skole, at jeg ser nyheder derpå. Ellers er det virkelig sjældent

(bilag 2, l. 350, 29:46-29:58).

I forhold til Facebook er TV nyheder ikke i samme grad tilgængelige, som nyheder på den sociale medie platform. Selvom informanterne egentlig godt kan lide TV som medie til nyheder (bilag 2, l. 364, 30:50-31:13), så spiller aspekter som tid og sted en stor rolle for deres nyhedsforbrug;

5: det er også, hvad der sådan ligger, altså jeg synes, for eksempel Deadline der kommer der kl 22:30 eller sådan et eller andet, det ligger faktisk rigtig godt i forhold til, hvornår man lige har tid til at sidde og se fjernsyn. [...] Ellers så ser jeg ikke fjernsyn, så er det måske Facebook fordi, at det lige er det, som jeg kan klemme ind i løbet af min dag, ikke. Men ellers kan jeg godt lide at se sådan noget.

(bilag 2, l. 372, 31:43-32:06).

Disse italesættelser af tidsaspektet som en vigtig årsag til deres valg af medier og hvordan de tilgår og konsumerer deres nyheder, hvilket er kendetegnene for det moderne individ, som hele tiden skal forholde sig til en række forskellige valg, som selv sagt indebærer endnu flere fravalg. Hvor det at modtage sine nyheder gennem TV, på bestemte tidpunkter, i bestemte kontekster, er en naturlig måde at konsumere nyheder på for de ældre generationer, så er billedet hos de unge et helt andet, da de på grund af den teknologiske udvikling og globaliseringen, så at sige er vokset op med hele verden ved hånden via deres mobile enheder såsom smart phones, tablets og bærbare computere. Tidsaspektet spiller også en væsentlig rolle for vores respondenter fra fokusgruppeinterviewet. De fortæller hver især, hvordan nyhedsforbruget er præget af, at de tilgår nyheder, når de har tid i form af pauser på arbejdet (bilag 3, l. 22, 01:19-01:20) eller om morgenen, når de sidder og spiser morgenmad (bilag 3, l. 16, 01:10-01:15). Dermed er der også noget, der tyder på, at nyhedsforbruget er for-

bundet med nogle faste rutiner. Respondenterne fra fokusgruppeinterviewet fortæller også, at når de tilgår nyheder, så er det primært via deres mobiltelefon (bilag 3, l. 33-38, 01:49-01:52). En af respondenterne uddyber efterfølgende, hvordan hans nyhedsforbrug ser ud i løbet af dagen: ”I pausen man har sådan i løbet af dagen, eller når man kører i bus eller i bil eller et eller andet, så kigger man lige, om der er noget” (bilag 3, l. 47, 02:34-02:57).

I forhold til nyhedshjemmesider er disse lavest placeret som nummer otte i deres rangering, hvilket dog skal forstås i den henseende, hvor de tilgår denne platform direkte. Da hjemmesider først bliver bragt op er alle informanterne enige om, at det ikke er en platform de fortrækker at benytte (bilag 2, l. 120, 11:15-11:47 – l. 122, 11:47-11:50), men af den videre dialog fremgår det, at disse tilgås via link på eksempelvis Facebook (bilag 2, l. 422, 35:25-35:40), eller;

1: Altså man kan sige, at man bruger jo egentligt kun det der med at gå ind på hjemmesider, det gør jeg i hvert fald, kun at gå ind på hjemmesiden, hvis der ikke er noget link dertil, der allerede sender én i en retning, hvor man tænker, at det er lidt pålideligt i forvejen – noget man har brugt før

(bilag 2, l. 158, 14:10-14:22).

Google rangeres højt blandt informanterne, men i en sammenhæng, hvor der søges efter en bestemt information frem for egentlige nyheder (bilag 2, l. 182, 15:48-15:55 & l. 173, 15:11-15:15). Generelt tegner sig et billede, hvor nyheder er noget deltagerne fortrækker at få naturligt gennem deres tilstedeværelse på de platforme de benytter; *1: Men jeg vil faktisk sige, at det er sjældent, at jeg bruger Google til at søge efter nyheder. Men det er også sjældent, at jeg opsøger nyheder på den måde – de skal præsenteres for mig.* (bilag 2, l. 176, 15:16-15:23). Eller; *6: Det her med, altså, jeg tror ikke, at jeg ville læse halvdelen af de nyheder, som jeg egentligt læser, hvis de nu ikke lige kom op på Facebook* (bilag 2, l. 1093, 01:28:20-01:28:26).

App's (foruden de sociale mediers) er præget af deltagernes interesser og fylder ikke meget i deres nyhedsforbrug. Dog har enkelte informanter installeret app's, som giver dem notifikationer om breaking nyheder, hvor de angiver at det er funktionen i form af disse notifikationer, som de benytter. De læser ikke nyheder på selve appen, men bruger funktionen til at holde sig opdateret (bilag 2, l. 496, 41:00-41:10). En interessant udmelding i denne henseende er informant 7, som forklarer at han modtog en

breaking notifikation om et terrorangreb, hvorefter han gik på Facebook for at tilegne sig mere viden herop;

7: Det der terrorangreb, der nu skete, det fik jeg som breaking, og så derefter, der gik jeg ind på Facebook for ligesom at finde nogle artikler omkring det her. Så det var egentligt bare en notifikation om, at nu var der sket noget

(bilag 2, l. 502, 41:12-41:23).

Det er interessant, hvordan informanten, efter at have fået en notifikation omhandlende en bestemt nyhed, som vagte hans interesse, vælger Facebook frem for enten den platform, som gav ham notifikation, eller søgte via de etablerede nyhedsmedier for at blive klogere. Dette står som et eksempel på en af de problemstillinger, som de etablerede traditionelle nyhedsmedier står overfor i den nye medievirkelighed, hvor sociale medier og i særdeleshed Facebook spiller en stadig større rolle. Med en app, som tilbyder brugeren breaking nyheder gennem notifikationer, således brugeren end ikke behøver selv at opsøge disse, forsøger de etablerede nyhedsmedier at imødekomme brugernes ønsker, men resultatet er alligevel, at den videre søgning og konsumering foregår på Facebook. Som vi beskrev i *engaging the nexus of practice*, er det altså de traditionelle medier, som producerer og betaler for det journalistiske indhold, mens Facebook bliver distributør, simpelthen fordi mediet fylder så meget i de unges medievaner, herunder deres nyhedsforbrug. Vi vender gentagne gange tilbage til den problemstilling, da den samtidigt er sigende for de farer, som er forbundet ved det øgede forbrug af nyheder på sociale medie platforme.

Under interviewet nævnte informant 5 podcasts og radio, som manglende medier under det samlede forbrug. Her modtager han en stor del af sine nyheder, mens flere andre ligeledes tilkendegiver, at det samme gør sig gældende for dem (bilag 2, l. 943, 01:18:34-01:18:45, l. 959, 01:19:22-01:19:36 & l. 961, 01:19:36-01:19:36). Blandt fordelene ved denne form for nyhedskonsumering nævnes eksempelvis, at det tillader dig at fortage andre ting, samtidigt med du lytter (bilag 2, l. 969, 01:19:58-01:20:08, l. 975, 01:20:18-01:20:21 & l. 971, 01:20:08-01:20:14).

Informant 1 og 2 adskiller sig fra de andre informanter, da de har det sociale netværk og forum *Reddit*, som deres primære kilde til nyheder (bilag 2, l. 210, 17:52-18:28, l. 236, 20:11-20:14 & l. 292, 25:48-25:51). De foretrækker Reddit fordi det ifølge dem giver dem et overblik og er skrædder-

syet til dem selv, gennem deres valg af kategorier, som de ønsker at følge, samtidigt med at indholdet er bestemt af brugerne;

1: Altså Reddit, det er, det er jo et form for forum, hvor man kan dele viden og lave sådan nogle underkategorier, hvor man ligesom kan kategorisere nogle emner, hvor folk de så kan tilslutte sig og følge med. [...] Det bliver så voteret af, hvad der er mest populært. Det er sådan, der er forskellige filtre, som man kan søge igennem om det er fra i dag eller om det er 48 timer gammelt eller hvordan det nu skal være.

(bilag 2, l. 228, 19:24-19:56).

Afslutningsvis, da vi spørger om de har andre medier, som de gerne vil tilføje til listen, bliver nyheder overlevet fra mund til mund nævnt. Informant 5 angiver denne form for medieret handling til formidling af nyheder, som værende højt placeret (bilag 2, l. 732, 58:56-59:00), og efter at have diskuteret formen frem og tilbage er informanterne enige om at placere den som en af de primære.

En tydelig tendens gennem hele gruppeinterviewet med informanterne fra gymnasiet omhandlede, hvordan de selv selekterer og udvælger, hvilke nyheder og hvilket indhold de ønsker at få. Her afspejler de det moderne individ, som er kendetegnet ved en høj grad af refleksivitet, hvor alle valg er en del af den fortælling om deres liv, som ligeledes afspejles gennem deres forbrug. Det er vigtigt for informanterne, at de selv dikterer, hvilket indhold de præsenteres for, hvorfor de aktivt forsøger at præge dette gennem deres handlinger. De liker og følger bestemte medier eller personer på de sociale medier, og har en høj grad af bevidsthed herom (bilag 2, 826, 01:04:56-01:05:01, l. 524, 43:43-43:54 & l. 983, 01:20:51-01:20:54).

4: "Det er mange nyheder, der kommer til mig, fordi at jeg lige præcis følger de personer, som jeg gør" (bilag 2, l. 810, 01:04:04 – 01:04:12), 3: "*Du podcaster, du har abonnementer på det hele*" (bilag 2, l. 983, 01:20:51-01:20:54), udtalelserne fra informant 4 og 3 viser et billede af en moderne forbruger, som selv vælger, hvilket informant 5 uddyber, samtidigt med at han forklarer, hvordan han i høj grad selv har skabt det nyhedsindhold, som han præsenteres for på Facebook. Han oplevede på et tidspunkt, at indholdet i hans newsfeed ikke levede levede op til hans ønsker, hvorfor han stoppede med at bruge mediet til nyheder;

5: "Altså, jeg havde det på et tidspunkt sådan, at på mit newsfeed, det eneste der kom frem der, det var, at der var én, der havde tagget en anden i noget andet, og det blev jeg simpelthen så træt af, så jeg

brugte aldrig Facebook [...] Jeg fik aldrig noget, fra nogle af de sider, som jeg "likede". Derfor brugte jeg stort set ikke Facebook indtil, at jeg gav mig selv tid til at gå ind og sætte dem i rangliste. Altså, hvad vil jeg helt specifikt se på Facebook. Efter jeg havde gjort det, så synes jeg, at Facebook var en fantastisk vej til at alle de nyheder, som jeg havde brug for. [...]"

(bilag 2, l. 1043, 01:24:38-01:25:19).

Informant 5 viser via hans italesættelse af hans nyhedsforbrug på Facebook en høj bevidsthed om, hvilket indhold han præsenteres for og hvordan han selv sørger for at skræddersy sit forbrug. Generelt er specielt informant 5 meget bevidst om sit forbrug, hvilket afspejler en høj grad af selektivitet og kendskab til de medier han benytter. Han mener selv han har fundet en måde at skræddersy sit nyhedsindhold på Facebook, således han får de nyheder han ønsker, mens han stadig opnår et nuanceret nyhedsindblik;

5: "Det kan man sige, ikke, jeg synes at de mængder af det, som jeg har valgt at "like" inde på Facebook eksempelvis, det er så nuanceret, at jeg synes, at jeg får lidt af det hele, så jeg får lidt først og fremmest har lavet den her selektion med at det er det, jeg gerne vil have, der kommer, det er det store nyhedsbillede for mig, og det fungerer super godt for mig"

(bilag 2, l. 276, 23:57-24:15).

Om det rent faktisk er muligt at skabe dette nuancerede nyhedsindhold på Facebook betvivler Pariser (Pariser, 2011, s. 6-7). Informant 4 beskriver ligeledes, hvordan han efter egen overbevisning, er med til at selekttere hvilket indhold han præsenteres for;

4: "Der er jo en god grund til, at man følger de personer, som man gør. Det er jo også det her filter, at det ikke er sådan noget som, der er måske en anden synsvinkel på det i forhold til hvem det er som har lagt det ud, og hvem der har skrevet det."

(bilag 2, l. 830 01:06:10-01:06:23).

Han italesætter her, hvordan hans aktive valg om at følge bestemte personer, resulterer i et mere nuanceret nyhedsbillede, da han mener han får flere forskellige synspunkter på den konkrete nyhed som han beskæftiger sig med.

Gennem fokusgruppeinterviewet, hvor vi søgte at få deltagerne til at diskutere de emner, som vi fremlagde, faldt snakken også på hvorvidt man kunne skræddersy det indhold, som man ville blive eksponeret for gennem Facebook.

Mathias: *"Det er selvfølgelig en fordel, at man sådan ligesom kan vælge også, f.eks. hvis nu man kun er interesseret i nyheder på TV2, så "liker" man måske kun dem og så holder sig fra BT og Ekstra-Bladet, hvis man ikke gider de der lidt mere sladder-agtige. Det er måske en af de fordele med Facebook, altså man kan vælge at få det hele samlet på et sted i stedet for at man skal til at rundt på alle de forskellige"*

(bilag 3, l. 170, 09:13-09:36).

Igen er der altså tale om, at det er vigtigt for de unge nyhedsforbrugere, at selv selekterer og udvælger hvilke medier, som de ønsker at få indhold fra. At man ønsker at selektere, hvilke medier man ønsker at få nyheder fra er ikke et nyt fænomen, da traditionelle nyhedsmedier adskiller sig på flere parametre. Dét der adskiller sig fra den traditionelle nyhedskonsumering er måden hvorpå du i dag har muligheden for at præge Facebook til at præsentere indhold til dig på tværs af afsendere, der er skræddersyet efter dine ønsker og behov. Det er som nævnt vigtigt for deltagerne, at de selv dikterer, hvilket indhold som de præsenteres for. Derfor er Facebook også en attraktiv platform, da den netop også giver mulighed for fravalg: *Det giver en mulighed for også at sortere lidt i alle de nyheder der. Der er nogle af dem, dem gider man jo ikke at læse* (bilag 3, l. 172, 09:43-09:48).

Informant 1 fra gruppeinterviewet fortæller, hvordan graden af dit forbrug på et bestemt medie er med til at bestemme, hvordan indholdet på platformen ser ud. Han bruger Twitter som eksempel og forklarer her, at hvis du bruger et medie meget, bliver det skræddersyet til dig, mens, hvis du kun sjældent benytter det, så fungerer det i højere grad som en søgemaskine, fordi du selv er nødt til at finde frem til det indhold du ønsker (bilag 2, l. 428, 36:06-36:21). Denne refleksion er interessant og sigende for den adfærd og de forventninger, som respondenterne har til deres nyhedsforbrug, hvilket vi vil berøre dybere i det følgende, hvor vi blandt andet kigger på informanternes selektion af nyheder, samt deres refleksioner over deres medie- og nyhedsforbrug.

Som det fremgår af informanternes italesættelse af deres nyheds- og medieforbrug, så anvender de mange forskellige medier, med mange forskellige formål. Underholdning spiller her en rolle i gymnasieelevernes elever-

nes nyhedskonsumering, hvor forskellige medier og funktioner bliver fremhævet. For eksempel italesætter informant 8 hendes forhold til de kommentarfelter, som forskellige medier, så som Facebook og Ekstrabladet tilbyder. Kommentarfeltet på Facebook er ikke direkte knyttet til den nyhedsartikel, som linkes til gennem Facebookopslaget, men tillader brugeren at interagere med andre brugere såvel som afsenderen i opslaget på Facebook. På eksempelvis Ekstrabladets hjemmeside, ekstrabladet.dk, er det konkrete kommentarfelt en del af den side, som du åbner, når du tilgår nyheden. En artikel fra Ekstrabladet kan således have to kommentar-spør, et i opslaget på Facebook og et på nyhedsmediets egen hjemmeside. Informanten udtaler, at hun benytter kommentarerne fordi hun finder det underholdende at læse andres mening. Der er altså ligeledes et socialt aspekt forbundet ved hendes nyhedskonsumering, hvor hun spejler sig i andres holdninger, som hun enten kan være enig eller uenig i (bilag 2, l. 76, 07:13-07:21). Hun bruger også kommentarerne til at undersøge, hvad andre synes om en bestemt artikel, hvis overskrift har fanget hendes interesse. På den måde lader hun andres 'bedømmelse' af artiklen afgøre, hvorvidt hun selv vil læse artiklen efterfølgende (bilag 2, l. 80, 07:27-07:35). brugen af nyheder til underholdning bakkes op af informant 5 som ytrer;

5: ”[...] jeg har det også sådan at, selvfølgelig er der nogle nyheder, der er lidt mere seriøse end andre, og så er der andet, der er lidt mere hen i den der underholdning. Jeg synes da også, at det er super sjovt at sidde og kigge på nogle af de der nyheder, hvor man ikke rigtig selv behøver at tænke så meget over, hvor man bare kan sidde og grine lidt til det. Det er lidt mere afslappende på en eller anden måde”

(bilag 2, l. 88, 07:55-08.18).

Han skelner således mellem forskellige former for nyheder, hvor indholdet bestemmer, hvad hensigten er med nyhedskonsumeringen.

I forhold til underholdningsaspektet nævner informanterne Snapchat, som et fortrukket medie hertil. Her kan de følge bestemte personer, der deler indhold, som informanterne ser en underholdningsværdi i at konsumere (bilag 2, l. 614, 51:29-51:46 & l. 616, 51:47-51:58). De kommer under interviewet ind på en ny funktion på Snapchat, hvor de får forslag til nyheder i en form for newsfeed, som dog betegnes som underholdning, da det efter informant 3s opfattelse i højere grad bærer præg af at være sladder, end egentlige relevante nyheder (bilag 2, l. 606, 50:59-51:14). Som det fremgår af disse eksempler, så indgår underholdning, som en del af infor-

manternes nyhedsrepertoarer, hvor de er bevidste om bestemte platformes primære indhold, som de ligeledes benytter næsten udelukkende til bestemte formål.

I gruppeinterviewet snakkede vi med eleverne om, hvordan de forholder sig kritisk til det nyheder, som de læser. Vi snakkede om, om de var kritiske i forhold til de nyheder, som de blev præsenteret for gennem deres newsfeed på eksempelvis Facebook. Vi spurgte om de godt kunne finde på, hvis de havde set en nyhed på Facebook, at gå ind og tjekke nyheden efterfølgende på eksempelvis TV2.dk (bilag 2, l. 136, 12:39 – 12:45). Dette italesatte respondent 5, at han godt kunne finde på. Han fortalte yderligere, at hvis et nyhedsmedie gennem Facebook havde publiceret en nyhed, så ville han ikke have behov for at fakta-tjekke nyheden andre steder:

5: ”[...] *det kommer selvfølgelig an på, hvor jeg har set det henne på Facebook, ikke, hvis jeg bare har set, at der er nogen, der har diskuteret eller skrevet om det, men hvis jeg set et nyhedsmedie, der har skrevet om det på Facebook, så har jeg ikke behov for det, men det er noget, som jeg ser blandt almene i civilbefolkningen, så går jeg ind og søger på det*”

(bilag 2, l. 142, 12:48-13:06).

Der er generelt blandt respondenterne en enighed om, at hvis en nyhed på deres Facebook newsfeed kommer fra et etableret nyhedsmedie, så er der tale om en pålidelig nyhed (bilag 2, l. 152, 13:27-13:43).

Det interessante i denne sammenhæng er, at respondenterne har tillid til etablerede medieinstanser, men ikke i denne sammenhæng overvejer, hvordan deres nyheder bliver distribueret til dem. De forholder sig til nyhedsmediets troværdighed og renommé, men ikke platformens partiske/upartiske distribution af nyhederne. De italesætter at de gerne ville have nyheder, der viste ”flere sider af sagen”, men dette bliver ikke taget med i deres overvejelser, når de skal vælge platformen for deres nyhedskonsumering. Algoritmerne på Facebook bestemmer i høj grad hvilket indhold, som eleverne bliver præsenteret for på deres newsfeed. Dette bliver udvalgt med baggrund i elevernes interaktion på platformen, så de bliver præsenteret for indhold, som de er tilbøjelige til at synes om, hvorfor de hermed også er mere tilbøjelige til at klikke videre ind på denne nyhed, som de på newsfeedet er blevet præsenteret for. De bliver altså sendt videre til nyhedsmediernes hjemmesider, da det er her, at artiklen bliver gjort tilgængelig for selve læsningen.

Blandt informanternes fortrukne platforme er deres smartphone deres primære enhed, hvilket de begrundet i den tilgængelighed som telefonen tilbyder dem. Informant 3 forklarer eksempelvis;

3: ”Ja, telefon. Det er jo bare en tablet, du har ved hånden hele tiden. Computeren [...]” (bilag 2, l. 324, 27:56-28:08), og suppleres af informant 1; ”[...] jeg ved ikke, om det nærmest bare sådan er rent ubevidst, men man tager den op, og så sidder man og browser lidt, og så lige pludselig så bliver man præsenteret for nogle nyheder, det er ikke engang sikkert, at det er fordi, at man ledte efter nyheder – det sker bare”

(bilag 2, l. 330, 28:11-28:24).

Som det er med deres nyhedsforbrug, så ønsker de ligeledes, at deres enheder skal være tilgængelige, når og hvor de har brug for dem. Brugen af mobiltelefonen er blevet en så naturlig en del af deres rutiner, at de ikke altid registrerer denne brug som en bevidst handling.

Som det også bliver beskrevet i både DRs rapport om medieudviklingen i Danmark i 2016, og Roskilde Universitets rapporter om danskernes nyhedsforbrug, så er konsumeringen af nyheder ofte flygtig og består i at surfe overskrifter (Christensen, 2016 & Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016), mens danskerne er mere tilbøjelige til at konsumere nyheder på de sociale medier på deres mobiltelefoner (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016 s. 7). Informant 4 italesætter, hvordan han sjældent er grundig og går i dybden, når han tilgår nyheder via sin telefon, hvor han kun læser overskrifter, hvorimod han er mere tilbøjelig til at gå videre og læse artiklen, hvis han benytter sin computer (bilag 2, l. 332, 28:24-28:34). Når denne adfærd også gør sig gældende for resten af befolkningen ligesom udviklingen af stadig mere avancerede smart phones flytter en stadig større del af vores forbrug over på telefonen, så frygter vi en selvforstærkende effekt, hvor nyhedsforbruget i endnu højere grad end nu er i fare for at blive flygtigt og personaliseret i en sådan grad, at endnu flere ender med kun at tilgå og konsumere nyheder, som de i forvejen er enige i.

I forhold til det mere traditionelle medieformat, TV, så er informanterne først enige om at placere den helt i bund over deres foretrukne medier til nyheder (bilag 2, l. 346, 29:44-29:45 – l. 356, 30:05-30:13). Informant 5 skiller sig en smule ud, idet han tilkendegiver, at han godt kan lide at se TV-nyhederne fordi det giver ham et godt og hurtigt nyhedsoverblik, og efterfølgende bakkes hans påstand op af informant 6;

6: ”[...] normalt så ser jeg det der 22-Nyhederne og så kunne jeg ligesom mærke, at i går så tændte jeg for det, så kunne jeg mærke, at det var faktisk lang tid siden, at jeg havde set det, men jeg var faktisk egentligt, jeg var glad nok for at se det fordi at netop giver det der hurtige overblik som er klemmt ind på den der halve time (bilag 2, l. 364, 30:50-31:13). Informant 1 udtaler; ”Det er weekenderne, jeg ser TV-avisen og sådan noget”

(bilag 2, 374, 32:06- 32:08).

Udsagnet kommer efter en dialog med informant 5, hvor de diskuterer TVet som format. Her ytrer informant 1 meget sigende for informanternes generelle forbrug, som er præget af en høj grad af selektivitet, og hvor tilgængeligheden spiller en væsentlig rolle, at; ”[...] man kan sige det er jo lidt det der med, at vi kan vælge selv, når man sidder på nettet” (bilag 2, l. 368, 31:30-31:38). Informant 5 fortæller, at han godt kan falde over Deadline på DR2 og sidde og se det, og egentlig finde glæde herved, men på trods af fokus på det tilgængeligheden, så er det ikke et program han tilgår gennem DRs netTV (bilag 2, l. 372, 31:43-32:06 & 378, 32:39-33:03), hvorefter informant 6 konstaterer; ”man kan jo nærmest sige, at man slår lidt hjernen fra, og så lader man andre sætte sin egen agenda” (bilag 2, 384, 33:19- 33:27).

Med baggrund i elevernes konsumering af nyheder set ud fra deres notering af forbruget i deres logbøger, så ønskede vi at få diskuteret med eleverne, hvordan en definition af nyhedsbegrebet skulle lyde. Grunden til ønsket om at få dette diskuteret lå i, at deres nyhedsforbrug indikerede, at deres definition måske ville differentiere fra vores forståelse af begrebet. Vi så flere eksempler på, at eleverne flere gange havde registreret nogle nyheder, som umiddelbart ville afvige fra vores forståelse heraf. Dette eksemplificeres blandt andet ved respondent 1s notering af, at han havde på Facebook havde set videoen ”Snoop Dogg smoked so much weed he caused a hotel evacuation” med teksten ”4/20 is tomorrow. What did you expect?” (bilag 1, respondent 1s logbog). Vi kunne selvfølgelig forud for udførelsen af logbogsarbejdet have præsenteret for eleverne, hvad vores forståelse heraf bestod i, men hvis vi skal have et kendskab til deres nyhedsforbrug, så er vi nød til at få en forståelse af, hvad de definerer som en nyhed. Dette får vi eksemplificeret gennem logbøgerne. Herudover ønskede vi som sagt at få diskuteret dette forhold, da vi gerne ville høre deres refleksioner om dette.

Først og fremmest tilslutter respondent 5 sig, at så længe en information er ny for ham, så er det en nyhed (bilag 2, l. 98, 08:58 – 09:06). Han tilføjer altså nyheden en subjektiv værdi, hvor han henviser til, at det er

med ham selv og hans viden, der er i fokus, når en definition af nyhedsbegrebet skal præciseres. Dette bliver tilnærmelsesvist også bakket op af respondent 6, der ytrer, at så længe en information: "[...] ”opdaterer en, om det så er underholdning, eller om det er noget der er samfundsrelateret eksempelvis, det er, så er det stadigvæk en nyhed” (bilag 2, l. 100, 09:06-09:14).

Senere i gruppeinterviewet falder snakken på det sociale medie Twitter, og her reflekterer respondent 1 over, at tweets også kan anses som værende en nyhed (bilag 2, l. 454, 38:32-38:53). Dette mener respondent 6 dog ikke (bilag 2, l. 444, 38:07-38:19). Han mener, at det er artiklerne, der efterfølgende bliver skrevet på baggrund af tweetene, der fremgår som værende nyhederne. Respondenterne tilsluttede sig også tidligere i interviewet, at en nyhed skal gennem en ”journalistisk mølle”, før at det kategoriseres som værende en nyhed (bilag 2, l. 452, 38:29-38:30).

Den øgende refleksivitet og den moderne nyhedsforbrug

Det nexus of practice som vi undersøger er unge gymnasieelevers forbrug af nyheder på sociale medier, mens vi har fokus på disses medierede handlinger og de medierede midler de benytter herpå, som kan være med til at give os en dybere forståelse for den sociale praksis vi undersøger. Med baggrund i vores viden fra engageringsfasen omkring den moderne nyhedsforbruger, og de farer, som kan være forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier, forstod vi at det senmoderne individ var kendetegnet ved en høj grad af refleksivitet, og i høj grad ønskede personligt at skræddersy sit medieforbrug, herunder også nyheder. Vi finder det derfor relevant i vores analyse at se på denne øgende refleksivitet i forhold til det nexus of practice, som vores undersøgelse tager udgangspunkt i, nemlig gymnasieelevernes forbrug af nyheder på sociale medier. Her har vi fokus på deres medierede handlinger når de forbruger nyheder på sociale medier. De neutrale observationer forud for gruppeinterviewet i form af informanternes udførte logbøger viste som nævnt et meget ensidigt billede af Facebook, mens vores samtale med informanterne bekræftede dette billede, men samtidigt viste et billede af en type af mediebrugere, som benytter en bred vifte af medier alt efter hvilket indhold de ønskede.

Gennem engagering the nexus of practice har vi arbejdet hen imod at blive velbevandrede inden for vores undersøgelsesfelt: unges brug af sociale medier som platform for nyhedskonsumering samt deres bevidsthed om bias forbundet herved med henblik på at højne deres online dannelse. Under gruppeinterviewet var elevernes ræsonnement for, hvorfor de generelt læste nyheder, et tema, som blev behandlet. Dette var ét af de undersøgel-

sesspørgsmål, som vi på forhånd ville have behandlet af eleverne. Det fremgik gennem interviewet, at eleverne havde forskellige grunde til at læse nyheder, og at de generelt var interesserede i at læse nyheder – dog med forskellige begrundelser. Respondent 1 fra gruppeinterviewet italesatte, at han læste nyheder med henblik på, at han gerne ville blive mere oplyst (bilag 2, l. 32, 02:37-02:50). Informanterne vil generelt gerne blive oplyste i forhold til samfundsrelateret forhold (bilag 2, l. 50, 05:11-05:12). Dette gør sig gældende for syv ud af de otte informanter, der var til stede under gruppeinterviewet. Respondent 8 afviger fra den generelle holdning i informantgruppen: *"Det ved jeg ikke, jeg læser ikke sådan nyheder om, hvad der sker i verden"* (bilag 2, l. 52, 05:13 – 05:26). Informant 8 læser derimod nyheder, hvor hun kan drage nytte af funktioner, der kendes fra sociale medier:

8: *"Jeg læser sådan nyheder, hvor der er en diskussion, og så tit under, nederst i artiklen, så står der sådan, så kan folk stemme på noget. Så kan man se, hvor mange der stemmer på det og det. Det kan jeg godt lide"*

(bilag 2, l. 52, 05:13 – 05:26).

Selvom størstedelen af respondenterne tilkendegiver, at de gerne vil holde sig orienteret om, hvad der foregår i samfundet, så findes der også andre grunde til, at de læser nyheder. Først nævner respondent 5, at han finder en tilfredsstillelse ved at læse nyhedsstof, der omhandler hans interesseområder. Dette finder han tilfredsstillende, da han efterfølgende kan bruge informationen i en social sammenhæng, hvor han kan dele denne viden med andre ligesindede, der også finder området interessant (bilag 2, l. 34, 02:54-03:25). Sammenholder vi respondent 5s mening med tal fra medieforskningen, så ser vi også, at unge mellem 18 og 24 år i højere grad finder det væsentligt at kunne dele nyheder med andre. 17 procent af de unge finder det væsentligt, mens blot 8 procent af de ældre aldersgrupper finder det relevant (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 11).

Vi afholdte som tidligere beskrevet også et fokusgruppeinterview med repræsentanter fra den samme aldersgruppe som eleverne fra Turøgade, hvor vi ønskede at få afprøvet den viden, som engaging the nexus of practice gav os. Vi snakkede med gruppen fra fokusgruppeinterviewet om, hvad der tiltalte dem ved de funktioner, som Facebook tilbød. Hertil fortalte de, at en af de funktioner, som de benyttede var at "tagge" deres venner i kommentarfeltet tilknyttet nyheder, som de gerne ville dele. Denne funktion finder de hverken ved de traditionelle nyhedsmedier eller

andre online platforme, som ikke tilbyder web 2.0 funktioner.

Mathias: *"Det er bare meget det der med, at man kan dele med andre, så kan man for eksempel "tagge" en person i en nyhed, sådan hvis man lige tænker, at det skal de lige se. Det er det Facebook, de tilbyder, hvis man bare går direkte ind på TV2s hjemmeside, så kan man selvfølgelig kopiere linket og så sende det videre til en, men det er bare lidt nemmere bare lige at skrive navnet i kommentarfeltet"*

(bilag 3, l. 154, 08:07-08:24).

Det blev også tilkendegivet, af de andre respondenter fra fokusgruppeinterviewet, at de også benyttede sig af denne funktion (bilag 3, l. 156, 08:24-08:25).

Der tegner sig altså et billede af, at det sociale aspekt ved nyhedslæsningen er et vigtigt aspekt for repræsentanterne for aldersgruppen mellem 18 og 24 år, som vi har undersøgt. Vores data repræsenterer en endnu højere tilslutning til vigtigheden af at kunne dele nyheder med venner online end de 17 procent tilslutning, som tallene fra forskningsrapporterne viser. Her benytter de sig af funktionen, hvor de kan tagge hinanden i kommentarfelterne tilhørende de opslag, hvori i nyheden præsenteres og linkes til.

Herudover diskutererede informanterne ved gruppeinterviewet et tema omhandlende nyheders vinkler. De diskuterede, hvorvidt de bedst kunne lide, når en nyhed bakkede informanternes forudindtagede synspunkter op, eller om de bedst kunne lide, hvis nyheden udfordrede deres holdninger. Her italesatte respondent 1, at det efter hans opfattelse er sjovt at finde nogle mennesker, der tænker det samme som en selv:

1: *"Men egentligt også at få et indblik i, hvad andre mennesker tænker, og så er det altid sjovt, at finde nogle mennesker, som tænker det samme som en selv. Altså følge nogle sider, der laver lignede opslag og deler ens egne holdninger og på sin vis ideologier og altså hvad man også rent politisk kan lide"*

(bilag 2, l. 36, 03:25-03:44).

Der kan drages paralleller mellem informant 1s udtalelse og begrebet confirmation bias. Dog er der ikke tale om en ubevidst handling i dette tilfælde, tværtimod er der tale om en bevidst handling, hvor respondenteren italesætter, at han godt kan lide at læse nyheder, der bekræfter respondenterens egne holdninger og ideologier. Denne refleksion bliver også senere i interviewet bakket op af respondent 4, der fortæller, at han bedre kan lide

at læse nyheder, der har det samme syn på tingene, som han selv har (bilag 2, l. 871, 01:10:14-01:10:30). Respondent 1 uddyber også sin holdning til hvilke nyheder, som han ikke gider at læse:

1: ”[...] jeg føler hvert fald, at de i højere grad præsenterer nyheder som er til, altså sådan mere til den røde side, altså i favør for den røde side, når jeg ikke selv er tilhænger af det, så synes jeg, at det er lidt, så gider jeg ikke læse det, altså”

(bilag 2, l. 869, 01:09:55-01:10:14).

Vi tolker ud fra disse udtalelser, at respondent 1 og 4 ikke er bekymrede for at blive for ensidige i deres nyhedskonsumering med henblik på at undgå en øget polarisering. Denne bekymring blev dog italesat i vores fokusgruppeinterview:

Mathias: ”Nyheder der har den samme holdning, så man ikke ser det fra så mange synsvinkler. Måske hvis de bruger de algoritmer der til ligesom at målrette de der nyheder til at, til en, så at de tror, at det kun er det, som man vil læse, så kan de jo påvirke en på den måde”

(bilag 3, l. 480, 28:36-28:58).

Her bliver det altså med bekymring italesat, at algoritmen kan påvirke de nyheder, som man som nyhedsforbruger på Facebook bliver eksponeret for.

Sammenholdes disse synspunkter med forskningsrapporten omhandlende danskernes brug af nyhedsmedier i 2016, så konkluderede vi i engangsfasen, at 63 procent af de adspurgte danskere var bekymrede ved det forhold, at algoritmer gør synspunkter, der kan udfordre deres egne synspunkter mindre synlige. Denne bekymring var dog i mindre grad repræsenteret hos de 18 til 24-årige, da kun 52 procent af disse var bekymrede ved dette forhold. Vi kan også konkludere, at der i vores empiri er modstridende refleksioner, hvilket respondent 5 eksemplificerer, da han italesætter, at han, modsat respondent 1, godt kan lide, når han læser nyheder, der udfordrer hans egne holdninger: *Jeg tror faktisk, at jeg har det lidt omvendt. Altså jeg kan bedre lide at læse nyheder, fra noget jeg er uenig i [...]* (bilag 2, l. 42, 04:09-04:32). Respondent 7 kan ej heller tilslutte sig respondent 1s ræsonnement. Han læner sig derimod op ad respondent 5s tanker og uddyber:

7: ”Jeg har det lidt på samme måde som Mikkel, man bliver oplyst om noget, som man måske ikke lige selv er helt enig i, fordi at man ligesom har en baggrundsviden, og så vil man godt have det fra nogle flere perspektiver. Så det egentligt er den måde, som man bruger nyheder til egentligt, hvad mener andre om det her? Ikke nødvendigvis fordi at man er enig med dem, eller at man bliver tilfredsstillet af det, som Mads her han forklarer”

(bilag 2, l. 46, 04:35-04:57).

Respondent 5 fortæller, at man skal vide, hvad andre tænker, før at man kan erklære sig uenige med dem (bilag 2, l. 911, 01:14:33-01:14:39).

Det fremgår altså, at eleverne fra Turøgade internt er splittet omkring, hvor bekymrede de er. Respondent 5 fortæller også, at de, som elever, af deres samfundsfagslærer har fået at vide, at de skal tilgå deres kilder på en mere nuanceret måde:

5:”[...] Jeg kan huske, at det første vores samfundsfagslærer sagde til os, da han fik os, det var at vi skulle huske, at være mere nuanceret, end vi var. Altså det her med, at vi så det hele fra en syns, eller det hele fra et sted fra, og det er nok der, at jeg synes, at man skal passe allermest på, det er at udtale sig om noget kun fra én synsvinkel. Man bliver nød til at tage, hvis der er to parter med, tre parter med, man er nød til at have alle parter med, se det fra alle synsvinkler”

(bilag 2, l. 885, 01:12:15-01:12:42).

Det forlyder, at eleverne på Turøgades handelsgymnasium af deres samfundsfagslærer er blevet bedt om at forholde sig refleksivt til deres nyhedssøgning og ikke mindst konsumerings heraf. Dog mener respondent 1, at der er visse kilder, som man er så sikre på, at man ikke behøver at op-søge nyheden fra flere forskellige steder:

1: ”[...] man vil gerne læse det som [...] man er enig med, men på et eller andet plan så har man også bare nogle kilder, man stoler så meget på til at levere en korrekt nyhed at man ikke føler, at der er behov for at ligesom man skal opsøge det flere steder. Altså man kan læse det det ene sted, og så er det nok”

(bilag 2, l. 913, 01:14:41-01:15:05).

På trods af at elevernes samfundsfaglærer angiveligt har udtrykt sin bekymring omkring deres nyhedssøgning, og dermed måske manglende kil-

dekritiske sans, så kan det tyde på, at sociale mediers algoritmer er medvirkende til at modarbejde diversiteten i elevernes nyhedskonsumering. Som vi beskrev i *engaging the nexus of practice*, så er netop denne bekymring blevet italesat af Engin Bozdogan og Jeroen van den Hoven i 2015. De mener, at dette kan udgøre en trussel mod demokratiet, hvilket også blev bakket op af Schröder, Blach-Ørsten og Burkal i deres forskningsrapport.

I selektionen af nyheder og afsendere nævner informant 1 det online forum Reddit som et medie, hvor han i høj grad selv kan styre hvilket indhold han ønsker at modtage;

1: *"Man kan sige, det der er ret fedt ved Reddit, det er, at alle de der underkategorier, man egentligt har meldt sig ind på, ligesom om det er sport eller om det er noget helt specifikt for eksempel "Danmark" kan man også melde sig ind på, så kommer der nyheder ind på den der feed der på alle ting. Det vil sige, at der er både nyheder, som 300000 har "liket", og der er også nyheder fra Danmark, hvor der måske er 30, der har "liket". På den måde så bliver det egentligt både globalt mens også på mere segmenteret niveau, hvor det både er rent nationalt og også EU-mæssigt"*

(bilag 2, l 228, 19:24-19:56).

I den forbindelse lægger han stor vægt på det, at det er brugerne på platformen, som bestemmer indholdet.

1: *"Jeg vil sige, at jeg bruger mest Reddit. Hvis jeg skal ind og have sådan et øhm, overblik. Det er ligesom om at det har været igennem et eller andet filter i forvejen. Det er sådan et sted, lidt ligesom vi har snakket om, at man får flere synspunkter. Hvis man går ind på én side, for eksempel TV2, så er det hvad, de mener er mest populært og essentielt. For eksempel igennem Facebook eller Reddit, så har det allerede været igennem en helt masse brugere, som ligesom finder det relevant, og det er ligesom om, at det har været igennem et målingssystem, hvad der er blevet bestemt mest, til at være mest relevant."*

(bilag 2, l. 210, 17:52 – 18:28).

Han nævner det gentagne gange som en styrke ved netop Reddit, at det bliver filtreret af en stor mængde brugere, som han anser som værende en mere pålidelig end en redaktion på de traditionelle medier. Når vi stiller spørgsmålstejn ved denne type format, hvor det er brugerne, der bestemmer indholdet, er hans svar, at hvis en usand historie bliver delt, så er der

altid brugere, som opdager dette. Ligeledes reagerer de, hvis de forskellige brugere, som administrerer de enkelte grupper, bevidst vælger at undlade bestemte indlæg. Her snakker han om hyppige revolutioner (bilag 2, l 260, 22:23-22:38), hvor brugerne i fællesskab får belyst, når en bestemt nyhed eksempelvis er blevet sorteret fra af administratorerne. Denne argumentation bakkes op af informant 2, der også har Reddit som sit foretrukne medie til nyheder og som udtaler;

2: ”Men på Reddit kan de ikke gøre det uden at folk ved det. I det sekund at folk prøver at manipulere med de nyheder her eller slette dem, så vil folk bare gå ind i et andet subforum og skrive ”det her gør de herinde”, og så vil folk blive helt vildt hidsige og sure over dem, og så vil det lige pludseligt dukke op inde på forsiden. Så det er svært at slippe afsted med”

(bilag 2, l. 262, 21:56-22:18).

Ligesom informant 1 mener informant 2, at det er positivt, at det er brugere, som dikterer indholdet, mens det er vigtigt at mediet er transparent, således det er tydeligt, hvis bestemt indhold bliver slettet.

Denne selektion mener informant 5, at de nyhedsmedier og personer, som han følger på Facebook sørger for at sortere for ham. Han fremhæver i modsætning til informant 1 og 2, at han værdsætter, at en redaktion vælger, hvilke nyheder, der er relevante, hvorefter han så kan vælge at følge netop dem på Facebook (bilag 2, l. 23:30-23:47).

Vincent Hendricks beskriver i sin bog ”Spræng boblen” fra 2016, hvordan etablerede nyhedsmedier er underlagt medieansvarsloven for god presseskik. Han forklarer, at der er – eller bør være - forskelle mellem den etablerede presse og brugere af sociale medier, der agerer nyhedshandlere (Hendricks, 2016, s. 112). Dette kan ligeledes ses i forhold til begreberne pluralistisk ignorance og informationskaskader, som vi præsenterede i engangfasen. Hvis det udelukkende er brugerne af et bestemt medie, der enten som administratorer eller som population bestemmer det konkrete indhold, så opstår en fare for, at man som nyhedsbruger herpå blot adopterer majoriteten af brugernes holdninger og meninger. Dette er ikke nogen ulogisk slutning at drage, men faren for pluralistisk ignorance er til stede, hvis du hele tiden lægger din lid til at brugerne har den rette viden, blot fordi størstedelen af dem mener det samme. I forhold til informant 1s italesættelse af de andre brugeres rolle som gatekeepere i henhold til filtrering af de nyheder, som han præsenteres for opstår ligeledes muligheden for at informationskaskader kan opstå, når brugerne af mediet, én

efter én tager andre brugeres meninger og holdninger for gode varer, både hvis de ikke selv har viden nok omkring sagen, men også hvis har viden nok, men bliver i tvivl fordi flertallet af brugerne mener noget andet.

Gymnasieeleverne mener selv at de er gode til at selekttere, hvad der er relevant og seriøst, mens de ligeledes italesætter, hvordan de har kendskab til de forskellige afsendere (bilag 2, l. 92, 08:23-08:34 & l. 94, 08:34-08:49). Her forklarer de også, hvorledes de kender til hinandens holdninger og meninger og online identitet, hvor for eksempel informant 3 forklarer: *"Man lærer jo også hurtigt ens venners politiske holdninger via de her tags, og hvad de 'liker' og sådan noget. Ligesom navigerer på den måde i hvad nyheder, at det er"* (bilag 2, l. 1199, 01:37:59-01:38:10) fortsat af informant 5; *"Det sker bare helt naturligt, og så bliver man god til at navigere i det, synes jeg"* (bilag 2, l. 1201, 01:38:10 – 01:38:16).

Det er tydeligt, at gymnasieeleverne indgår i et community of practice, på det nexus of practice som de sociale medier udgør i deres nyhedsforbrug.

Af empirien fremgår det løbende, hvordan den sociale dimension af de unges medie- og nyhedsforbrug spiller en betydelig rolle. Som vi har beskrevet, så orienterer de sig i høj grad til, hvad andre mener om en bestemt nyhed, enten via kommentarfeltet på Facebook eller en nyhedsmedie-hjemmeside, eller i forums, hvor brugerne er med til at bestemme indholdet, eksempelvis Reddit, som informant 1 og 2 er flittige brugere af. På trods af deres store engagement i, hvad andre har af holdninger og meninger til en bestemt nyhed, så deler de sjældent de nyheder de forbruger, mens de heller ikke indgår i debatter (bilag 2, l. 1061, 01:26:10-01:26:13 & l. 1063, 01:26:13-01:26:19).

Deres adfærd er her lig den brede befolknings, som den bliver præsenteret i medierapporterne over danskernes nyhedsforbrug (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 27). I stedet for at dele nyheden på deres egen væg på Facebook, eller deltage i den tilhørende debat i kommentarfeltet benytter de sig i stedet af muligheden for at *tagge* hinanden eller at sende linket til nyheden direkte til den ønskede modtager gennem Facebooks messenger funktion, hvor de kan sende direkte og private beskeder til hinanden alene eller i grupper. Når man tagger en person i et kommentarfelt får den anden person en notifikation herom, hvormed nyheden deles med den eller de online venner som man tagger. Direkte adspurgt om de benytter sig af muligheden for at dele en nyhed svarer informanterne samstemmende nej hertil (bilag 2, l. 1073, 01:27:23-01:27:23). Her er tagging-funktionen en måde hvorpå de kan dele indhold med deres venner på en mere fri måde, uden at stå til ansvar for det nyhedsopslag som de in-

teragerer med. De er bevidste om, hvilke signaler en bestemt opførsel på sociale medier kan sende, og informant 5 nævner et eksempel, hvor han og informant 2 har haft en korrespondance, som de ikke ønskede, at andre skulle kunne følge på de sociale medier. Informant 5 forklarer således;

5: ”[...] vi har haft sådan en lille misere kørende, hvor vi har sendt noget til hinanden, som egentligt var rimelig relevant, I ved sådan nogle ligestillingsspørgsmål, ikke. Men vi har valgt ikke at tage hinanden i det på Facebook på grund af at det måske lige lidt for meget, og det kan sende nogle forkerte signaler ikke. Det kan det jo, et eller andet sted, men det er jo ikke fordi, at vi som sådan har en så skarp holdning til det eller noget, men sådan nogle signaler vil vi jo heller ikke sende, vel. Men trods alt, vi lægger mærke til det, og vi vil gerne debattere det”

(bilag 2, l. 1069, 01:26:34 – 01:27:15).

Her reflekterer de ligeledes over det billede af dem selv de fremstiller på de sociale medier, i dette tilfælde Facebook, hvor det at tage eller dele indhold er med til at tegne et billede af dem online, som de ikke ønsker, at andre skal kunne dømme dem på baggrund af. De er altså bevidste om internettets uforgængelighed, og som digitalt indfødte forstår de at manøvrere i dette medielandskab, hvor hvert medie med hver sine funktioner tillader dem at agere forskelligt alt efter, hvad hensigten er med deres interaktion med en bestemt nyhed eller indhold, som de ønsker at dele med hinanden. Hver funktion muliggør en bestemt form for kommunikation, og muligheden for at tage hinanden er vigtig, når de ønsker at dele indhold med hinanden. Disse sites of engagements beskriver, hvorledes informanternes medierede handlinger og de medierede midler de benytter, har betydning for det billede som de præsenterer for resten af det online fællesskab. Der er tale om en høj grad af refleksivitet, som er kendetegnende for individet i det senmoderne samfund.

Under interviewet med gruppen blev det tydeligt at en stor del af informanterne gjorde sig mange refleksioner i forhold til deres forbrug af nyheder, og hvordan forskellige medier og platforme spiller en rolle for deres konsumerings. Da samtalen omhandler søgemaskinen google, viser det sig at den sjældent bliver benyttet til nyheder. Informanterne er enige om, at google er en platform, som benyttes når de ønsker at tilegne sig viden for eksempel i forhold til skolearbejde. Det var her interessant at observere, hvordan Google først blev placeret øverst af informanterne, men gennem refleksioner over deres brug af søgemaskinen, faktisk endte med at placere den lavt i forhold til deres forbrug af nyheder. Her er refleksionen i in-

formanternes interaktion med til at skabe en dybere forståelse. I diskussionen omkring Google, skelner de således mellem nyheder og viden, og den specifikke platforms rolle i deres forbrug. Hvis Google benyttes i deres nyhedsforbrug, er det for at søge en specifik nyhed frem (bilag 2, l. 170, 15:07-15:09 – l. 196, 16:36-16:47).

I refleksionen over begrebet en nyhed, er informant 5 inde på hvordan han er bevidst om, at hans generation har en anden forståelse end ældre generationer. Han italesætter således, hvordan han kan føle sig stemplet som ung, fordi ældre aldersgrupper ikke forstår, hvorfor han har et andet syn på hvad nyheder forstås som;

5: "Og jeg tror netop også, at det er sådan, at vi nogle gange kan føle os lidt stemplet, ikke, når I spørger: "jeres nyhedsforbrug", jeg tænker jo i samme baner, som du gør der, hvis jeg så skal svare på spørgsmålet til dig, men hvis jeg skal være ærlig, så synes jeg jo, at det er en nyhed, hvis jeg ser en eller anden, der skriver noget på Facebook eller ser en på Snapchat, der deler noget med noget tøj. Det synes jeg er en nyhed for mig. Jeg ved godt, når jeg så snakker med nogen, der er ældre, så er det jo ikke det, som jeg skal sidde og sige." (bilag 2, l. 624, 53:23-53:49), "Nu tænker jeg heller ikke kun på jer to, jeg tænker også, hvis jeg snakker med mine forældre eller sådan et eller andet. De vil på ingen måde kunne forstå, at jeg betegner det som en nyhed."

(bilag 2, l. 628, 53:54 – 54:01).

Han kan se at der er en forskel i hans egen og ældre generationers mediebrug, som i lige så høj grad har noget med distributøren at gøre. Eksempelvis kan det sociale medie Snapchat, som ellers i højere grad bliver forbundet med underholdning, i hans forståelse, godt levere nyheder, mens dette ikke er et udsagn han vil ytre i en samtale med for eksempel hans forældre. Som vi berørte tidligere, så har de sociale medier en perifer placering i informanternes rangering af de forskellige medier. Det er her interessant at observere, at Facebook derimod, som det eneste sociale medie placeres på linje med de traditionelle nyhedsmedier. *"Altså det i midten, det er det, som den almene befolkning betragter som nyheder"* (bilag 2, l. 646, 54:58-55:02), ytrer informant 5 og uddyber; *"Det er der folk normalt vil sige, det er der, at der er nyheder, ikke. Men altså, man kan jo sagtens indhente nyheder fra de andre steder, man kan også bare hente så meget andet de andre steder."* (bilag 2, l. 649, 55:07-55:17). Facebook har altså her opnået en plads i bevidstheden som nyhedsmedie i samme grad som TV-nyhederne eller nyhedshjemmesider. I forhold til Facebooks algoritme-

styrede newsfeed er det problematisk, at dette medie sidestilles med traditionelle nyhedsdistributører, hvor brugerne præsenteres for den mængde af nyheder som en redaktion har bestemt er vigtig for, at have et grundigt belæg for at deltage i samtaler i det offentlige rum, hvad enten det er i fysisk eller online forstand, og ligeledes have et fyldestgørende og nuanceret informationsgrundlag at deltage i den demokratiske proces på baggrund af.

I dialogen omkring, hvilke kriterier gymnasieeleverne syntes var mest væsentlige i forhold til de nyheder, som de opsøger og/ eller præsenteres for, finder de upartisk formidling, som et vigtigt aspekt. Her bliver der reflekteret over, hvilken betydning en upartisk formidling kan have på den offentlige debat;

5: ”Men jeg tror, at grunden til at der i det hele taget eksisterer en offentlig debat, det er på grund af, at der er en upartisk formidling [...]” (bilag 2, l. 832, 01:06:23-01:06:40), 5: ”[...]Det er fordi, at der er forskellige tolkninger af den her upartiske formidling. Det er netop der, at debatten opstår, mener jeg, så derfor synes jeg, at den er virkelig essentiel, hvis der skal eksistere debatter, hvis der skal eksistere holdninger, hvis der skal eksistere meninger.”

(bilag 2, l. 845, 01:06:56-01:07:28).

Hen mod afslutningen af interviewet diskuterer vi farer forbundet med nyhedsforbrug på sociale medier med informanterne. Af deres fælles refleksion herom, fremgår det, at de har en holdning og mening omkring potentielle bias forbundet med deres forbrug af nyheder, men erkender samstemmende, at det ikke er noget de bekymrer sig over i hverdagen (bilag 2, l. 1177, 01:35:26-01:35:27). De har dog en række refleksioner, som demonstrerer, at de har en bevidsthed omkring de bias, som er tilstede i forhold til den øgede polarisering og online filterbobler, som kan være en trussel mod demokratiet.

6: ”[...] alle tror, at alle er enige med dem. På den måde at når de ser omkring en, så ser de bare en helt masse folk, som er enige med dem. Man ser ikke dem, nok de ti andre som er uenige.”

(bilag 2, l. 1155, 01:32:07-01:32:31),

eller;

5: ”[...] alle dem der ser det her opslag, det er alle dem der er enige, og så alle dem der ser et andet opslag, det er også alle dem, der er enige. Altså så på et tidspunkt, så mødes man ikke længere, vel. Så ser man det kun fra den ene synsvinkel”

(bilag 2, l. 1157, 01:32:31-01:32:46).

På trods af deres bevidsthed om de problematikker, som er forbundet med denne form for nyhedskonsumering, mener gymnasieeleverne ikke, at det er et problem i forhold til deres eget forbrug. De nævner hvordan disse farer er forbundet med ikke at kunne navigere i det digitale, sociale medielandskab, hvor nyheder indgår som en naturlig del hos informanterne. De italesætter således;

1: ”jeg vil sige, at når man bevæger sig på så mange platforme, og ligesom får meninger fra så mange folk, så synes jeg, at man på et tidspunkt bliver rigtig god til at kende, hvad der er rigtigt, og hvad der er forkert [...]”

(bilag 2, l. 1179, 01:35:27-01:35:47)

5: ”[...] vi danner et socialt medie billede af hinanden. Ligeså snart at vi tagger hinanden i et eller andet, så ved vi, et eller andet sted godt, hvad konteksten er, hvad meningen er med det[...]” (bilag 2, l. 1197, 01:37:38-01:37:59) og; 5: ”Det sker bare helt naturligt, og så bliver man god til at navigere i det, synes jeg”

(bilag 2, l. 1201, 01:38:10-01:38:16).

Ovenstående citater viser, at de unge forstår farerne, men ikke betegner sig selv, som disponible herfor, da de er så vant brugere af de forskellige platforme, at de godt kan skelne indholdet fra hinanden. Informant 5 forklarer, hvordan han selv har skræddersyet sit nyhedsforbrug på Facebook, således han undgår disse bias;

5: ”Jeg vil også sige, at jeg har venner på Facebook, som netop sørger for at gøre det upartisk ved at de ”liker” noget andet, altså, end jeg selv gør, og det er jo netop også der, at der sker noget. Man har så mange forskellige venner også inde på Facebook, som er med til at gøre det hele upartisk. [...]”

(bilag 2, l. 1141, 01:30:54-01:31:15).

3: ”På TV2 der er du meget fastlåst, hvis du sidder på deres hjemmeside kun og læser deres nyheder, ikke, men her får du altså alt, hvad du i princippet vil have, fordi at du har været inde og sige det, at det

er det, som jeg vil se, og så er der jo alle Facebooks forskellige algoritmer, som specificerer alt til dig”

(bilag 2, l. 1099, 01:28:31-01:28:58).

Der tegner sig et billede i gymnasieelevernes nyhedsforbrug, hvor de ifølge dem selv er i stand til at manøvrere rundt på de forskellige platforme og sikre sig mod bias forbundet herved, ved at selektere og skræddersy efter egne behov, således de opnår et nuanceret nyhedsoverblik. Her tillægger flere, de sociale mediers sociale dimension, en betydelig rolle heri, hvor andre bruges mening og holdning spiller ind, således de fungerer som hinandens gatekeepere eller som sikring mod en polariseret strøm af nyheder, som ikke giver dem et nuanceret nyhedsforbrug. Som vi har eksemplificeret ved flere udtalelser, er der flere udsagn, som modsætter sig denne opfattelse. Flere informanter italesætter således, hvordan de er mest interesserede i nyheder de er enige i (bilag 2, l. 869, 01:09:55-01:10:14 & l. 871, 01:10:14-01:10:30). Samtidigt har vi gennem vores viden om pluralistisk ignorance, informationskaskader og polarisering erfaret at disse communities of practices som de indgår i ikke nødvendigvis har den ønskede effekt som filter mod polarisering, hvis de i højere grad kun konfererer og orienterer sig blandt indhold, som de i forvejen er enige med.

Til gruppeinterviewet bad vi også eleverne om at beskrive de rutiner, der for dem er forbundet med nyhedskonsumering. Vi var interesserede i at finde ud af, om nyhedslæsning var forbundet med bestemte situationer – læste de nyheder i løbet af pauserne i løbet af dagen, læste de nyheder alene, sammen med andre, og vi var interesseret i at få et indblik i, hvilke medierede midler de benytter og hvordan de ydre rammer spiller ind i deres nyhedskonsumering.

I samme forbindelse fortæller respondent 5, at når han står op om morgenen, så ”kører” radioen altid: ”[...] når jeg står op om morgenen, så kører radioen altid, den kører altid på 24/7” (bilag 2, l. 947, 01:18:47-01:18:56).

I forbindelse med, at eleverne fortæller om deres brug af radioen, så fortæller respondent 6, at radioen altid kører. Han fortæller, at radioen står ude i køkkenet, og at den første der kommer hjem også tænder for radioen. På den måde bliver familien, ifølge respondent 6, hele tiden ”udsat” for nyheder i radioen (bilag 2, l. 959, 01:19:22-01:19:36). Radioens indhold kører altså altid i baggrunden. På den måde bliver nyhedskonsumering altså en del af det at være i familiens køkken. Kendetegnet ved nyheder, der konsumeres eksempelvis gennem den traditionelt formidlende radio, eller mere moderne form, podcasts er, at det giver nyhedsforbrugeren muligheden for samtidigt at have andre gøremål. At man kan lave andet,

mens man lytter til nyheder er noget, som eleverne godt kan lide: **5:** *"Altså det fede ved podcasts det er, at man kan lave noget andet imens, at man hører det. Man behøver ikke at sidde og følge med. Man kan køre bil"* (bilag 2, l. 969, 01:19:58 – 01:20:08). Også respondent 3 lytter til podcasts, men hans for eksempel sidder og laver en aflevering (bilag 2, l. 971, 01:20:08-01:20:14). Respondent 6 benytter også podcasts, når han er "på farten". Han fortæller: **6:** *"Altså når jeg kører i bus, så hører jeg det"* (bilag 2, l. 975, 01:20:18-01:20:21).

Mod vores forventning fortalte eleverne os, at de ikke rigtigt brugte deres mobiltelefon, når de var i skole. Det blev for eksempel af respondent 3 italesat, at han først benytter sin mobiltelefon, når han kommer hjem fra skole:

3: *"[...] i løbet af sådan en dag som for eksempel i skolen nu, der har jeg slet ingen kontakt med min telefon overhovedet fordi, den bliver sådan lidt overset fordi, der er jeg i skole og sådan noget, så det er egentlig først, når jeg kommer hjem fra skole og jeg ligesom rammer mit hus kan man ligesom sige at jeg begynder sådan at tage telefonen frem og begynder sådan at læse om det og sådan noget"*

(bilag 2, l. 933, 01:17:25-01:17:49).

Denne betragtning deles også af respondent 4, der heller ikke bruger sin mobiltelefon i løbet af dagen. Han reflekterer også over, at mobiltelefonen kan have en konsekvens for ens sociale liv i den "virkelige verden":

4: *"For mig er det også mest efter skole og om aftenen, hvor man lige kan presse det ind og har tid til at rulle igennem og se, hvad der sker. Om morgenen føler jeg ikke rigtigt, at der er tid til, at man kan, og så er der skole, hvor der er mennesker omkring én, og hvis man så bare sidder med telefon og læser artikler, så følger man ikke rigtigt med"*

(bilag 2, l. 935, 01:17:51-01:18:13).

Respondent 3 reagerer på denne udtalelse, ved at uddybe: *Så føler man sig også lidt udenfor* (bilag 2, l. 937, 01:18:13-01:18:14). Generelt er eleverne ikke tilbøjelige til at læse nyheder, når de er i skole: **1:** *"Men jeg vil sige nogle i skolen, så ser man måske en nyhed, og så kan jeg finde på at læse den, når jeg kommer hjem"* (bilag 2, l. 993, 01:21:21-01:21:25).

Foruden de medier vi præsenterede informanterne om bragte de endvidere 'mund til mund' op, som en form for nyhedsformidling, som de synes manglede og efter at have haft en dialog herom stod det klart, at denne form for nyhedsformidling lå meget højt blandt gymnasieelevernes i forhold til deres nyhedsforbrug. Her italesætter de, hvordan de i eksempelvis skolen eller under måltiderne derhjemme med forældrene hører mange af deres nyheder (bilag 2, l. 756, 01:00:02 – 01:00:22, l. 732, 58:56-59:00, l. 734, 59:00-59:01 & l. 987, 01:21:10-01:21:14).

Det fremgår tydeligt at informanterne i vores lokale kontekst er kendetegnet ved en høj grad af refleksivitet i forhold til deres nyhedsforbrug, hvor de bevidst selekterer i både medier og indhold. De mener selv at de med deres kendskab til de forskellige medier, som de benytter, kan skræddersy hvilket indhold de ønsker at få, mens de ligeledes tillægger den sociale dimension en væsentlig rolle i forhold til hvilke nyheder de konsumerer og hvilket indhold de interagerer med.

Confirmation bias på sociale medier og nyhedsforbrugers bevidsthed herom

Som vi beskrev i *engaging the nexus of practice*, så bliver det vurderet, at det kan være et demokratisk problem, at man som nyhedsforbruger benytter sociale medieplatforme til nyhedskonsumering. Denne bekymring bunder blandt andet i sociale mediers anvendelse af algoritmer. Denne anvendelse gør informationsflowet uigennemsigtigt – brugerne kan ikke med sikkerhed vide, hvorfor de bliver præsenteret for de nyheder, som de gør (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 34). I *Danskernes brug af nyhedsmedier 2016* bliver det også præsenteret, at danskerne ikke er interesseret i, hvilken påvirkning algoritmerne har for deres nyhedskonsumering: "[...] at det store flertal af brugerne ikke er interesseret i disse konsekvenser af teknologigiganternes algoritmer" (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016, s. 34).

Vi var med baggrund i denne undersøgelse interesserede i at få undersøgt hvorvidt denne uvidenhed om, hvordan indhold på eksempelvis Facebooks newsfeed bliver til, og om eleverne generelt var interesseret i de konsekvenser algoritmen kunne have for deres nyhedskonsumering. I samtalen med eleverne blev vi gjort bekendt med, at eleverne i skolen havde modtaget undervisning i algoritmer (bilag 2, l. 1107, 01:29:34-01:29:38). Derfor var eleverne også bekendte med, hvad en algoritme er, og hvad den kan:

5: "[...] jeg tænker [...] de har jo noget til at, hvad hedder det, undersøge hvor vi færder os henne på Facebook. Hvad er det, at vi klikker

på, hvad er det, at vi "liker", og hvilke sider besøger vi, og hvad er det egentligt, at vi interesserer os for, og hvilke personer skriver vi mest med, så det er nok også de personer, der kommer opslag fra, hvis de "liker" et eller andet eller sådan noget.

(bilag 2, l. 1103, 01:29:01-01:29:28).

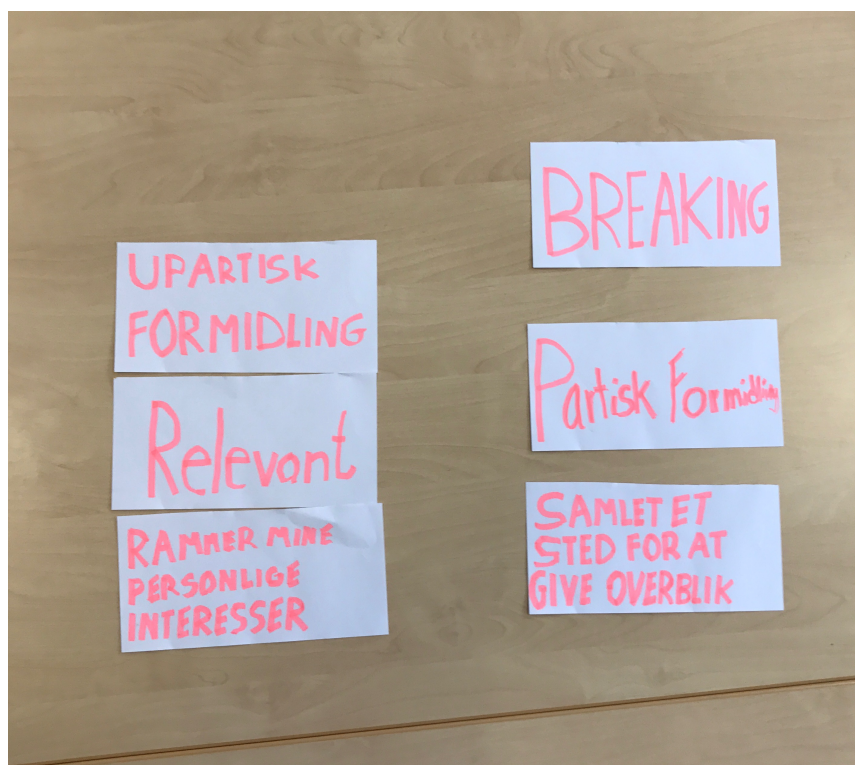
Respondent 5 giver her sin beskrivelse af, hvad en algoritme er, og hvordan den "tracker" hans online adfærd på Facebook. Konsekvensen heraf bliver efterfølgende diskuteret. Respondent 4 italesætter, at han tror, at "[...] *det påvirker det en hel del, så man får de ting, som man gerne vil læse, så det ikke bare er alt, der kommer op*" (bilag 2, l. 1112, 01:29:47-01:29:55).

At det ikke "bare er alt, der kommer op", reflekterer respondent 6 efterfølgende over i snakken om, hvilken påvirkning algoritmer har på indholdet for deres newsfeed.

6: *"Man får ikke en hel masse nyheder, som man ikke lige troede, at man skulle bruge. Men det kunne jo godt være, at der var en del af dem, man kunne læse alligevel som egentligt var interessante og vigtige"*

(bilag 2, l. 1145, 01:31:32 – 01:31:51).

Respondent 2 fortalte også, at han ikke ville gå glip af nogle nyheder som følge af en algoritmes eksistens. **2:** *"Man vil ikke gå glip af nyheder fordi, at der er en eller anden algoritme, der vurderer, at du ikke har interesse for den specifikke nyhed"* (bilag 2, l. 841, 01:06:45-01:06:51). Disse udtalelser står i kontrast til brugernes faktiske brug af Facebook som primærkilde til nyhedskonsumering. Kontrasten blev også eksemplificeret, da eleverne sammen skulle blive enige om hvilke kriterier, der var vigtigst for dem i forbindelse med dét at læse nyheder.



(Gymnasieelevernes kriterier for nyheder)

Eleverne kunne i denne opgave blive enige om tre kriterier, som var vigtige for dem i deres nyhedskonsumering. De tre kriterier, som de valgte var: ”Upartisk formidling”, ”Relevant” og ”Rammer mine personlige interesser”. Denne øvelse havde til hensigt at få eleverne til internt at diskutere, hvilke kriterier de i grunden vægtede højest.

Ret interessant viste det sig, at eleverne valgte den upartiske formidling i form af distributionen af nyheder som værende én af de kriterier, som de vægtede højest. Med tanke på, at elevernes primære platform for nyhedskonsumering er Facebook, så er det interessant, at de vælger dette kriterium som værende vigtigt, da de selv er bevidste om algoritmens eksistens. Vi valgte at spørge eleverne ind til, hvordan dette kriterium kunne hænge sammen med deres brug af Facebook som værende den primære platform. Til dette svarede respondent 3 og 6: ”Den er ikke god” (bilag 2, l. 1123, 01:30:21-01:30:22) og; ”Nej, det kan man jo sige. ”Det hænger ikke sammen” (bilag 2, l. 1125, 01:30:22-01:30:25). Disse udtalelser indikerer, at denne visualisering af deres nyhedskriterier sammenholdt med deres faktiske nyhedsforbrug og italesættelser heraf gav nogle af eleverne en større forståelse for, hvilken indflydelse algoritmen har for deres nyhedskonsumering: ”Distributionen er jo partisk, den følger jo en algoritme” (bilag 2, l. 1133, 01:30:40-01:30:42). Dog fastholder respondent 2, på trods af sin konstatering om, at distributionen er partisk, at ingen har påstået, at

Facebook er en optimal platform at finde sine nyheder på (bilag 2, l. 1137, 01:30:42-01:40:53). Han følger op på denne udtalelse ved at konstatere, at Facebook som platform er en nem måde at få sine nyheder (bilag 2, l. 1137, 01:30:42-01:40:53).

Vi ønskede ligeledes, med baggrund i eleverne fra Turøgade bevidsthed om algoritmer, at få respondenterne fra vores fokusgruppeinterview til at diskutere, hvad der kendetegner en algoritme. Det fremgik, at de, modsat eleverne fra Turøgade handelsgymnasium, ikke vidste, hvad en algoritme er. *"Det ved jeg faktisk ikke, er det det samme – algoritmer og cookies? Det er ikke helt det samme, men er det?"* (bilag 3, l. 428, 24:15-24:21). En bevidsthed, som de andre fokusgruppedeltagere understøttede: *"Jeg ved det sgu ikke"* (bilag 3, l. 434, 24:40-24:41).

Selvom informanterne primært tilgår deres nyheder via Facebook, italesættes det gennem samtalen, at størstedelen af eleverne i forhold til den upartiske formidling nærer størst tiltro til de etablerede nyhedsmedier – i særdeleshed public service udbyderne (bilag 2, l. 862, 01:09:00 – 01:09:24 & l. 872, 01:10:30-01:11:20).

Dog mener informant 1 ikke, at eksempelvis DR lever op til at formidle nyheder upartisk. Han fortæller, at DR som public serviceudbyder er venstreorienteret i deres formidling og vinkling af de nyheder, som de præsenterer (bilag 2, l. 863, 01:09:26-01:29:51). Dog kan vi konstatere, at størstedelen af informanterne, på trods af deres brug af Facebook som primær nyhedskanal, stadig anser public serviceudbyderne som værende de mest troværdige i forhold til at formidle nyheder upartisk. Det er interessant, som vi også har været omkring tidligere, at Facebook indtager så afgørende en plads i de unges nyhedsforbrug, mens det stadig er de traditionelle nyhedsmedier, som producerer indholdet og anses, som de mest troværdige nyhedsproducenter.

Denne holdning deles også af respondenterne fra fokusgruppeinterviewet. De nævner public serviceudbydere som DR og TV2, som værende de mest troværdige (bilag 3, l. 316, 15:55-15:59). Derudover nævnes Berlingske også som værende på niveau med DR og TV2. Vi kan altså konstatere, at der på tværs af vores interview findes en enighed om, at indhold, der bliver publiceret af ovenstående anses som værende de mest troværdige. Nyhedsmedier som BT og Ekstra Bladet anses som værende så upålidelige, at DR og TV2 bruges til at verificere, om nyheden publiceret på BT eller Ekstra Bladet er gengivet korrekt:

Mathias: ”Jeg har det hvert fald også sådan, at hvis jeg læser et eller andet på Ekstra Bladet eller BT, så går jeg altid lige ind på DR eller TV2 for at se, om de har den samme nyhed for sådan ligesom og kunne måle det op og se, om det egentligt hænger sammen”

(bilag 3, l. 338, 16:27-16:39).

Foruden de traditionelle nyhedsmedier - især public service medierne - så har de unges online relationer ligeledes betydning for, hvilket indhold de præsenteres for, og hvorvidt deres nyhedsoverblik er fyldestgørende og upartisk. Respondent 5 fra gruppeinterviewet fortæller, at han har venner på Facebook, der sørger for, at gøre distributionen upartisk ved, at de ”li-ker” noget andet, end han selv gør. Hans oplevelse er, at han har så mange venner inde på Facebook som er med til at gøre det hele upartisk (bilag 5, l. 1141, 01:30:54-01:31:15). Vi tolker her, at respondent 5 mener, at når han har mange venner på Facebook, så opnår han en diversitet, der gør hans newsfeed alsidigt.

I forhold til diskussionen der hersker i samfundet omkring hvorvidt konsumeringen af nyheder på sociale medier forstærker risikoen for filterbobler, hvor forbrugeren navigerer rundt i et ekkokammer af nyheder og holdninger som han eller hun i forvejen er enig i, har vores informanter gjort sig nogle tanker om, hvilken påvirkning det har for deres nyhedsforbrug. Dette kommer til udtryk under interviewet, da informant 1, 4 og 5 diskuterer de problematikker, som kan forbindes med nyhedskonsumering på sociale medier i henhold til at skulle befinde sig i et ekkokammer. Informant 1 og 4 forklarer, at de har nogle gatekeepers i form af deres relationer på sociale medier samt de nyhedsmedier, som de bevidst har valgt at følge. Disse filtrerer de nyheder, som de præsenteres for, og disse gatekeepers er nøje udvalgt, da informant 1 og 4 er tilbøjelige til at være enige med de holdninger og meninger, som disse repræsenterer (bilag 2, l. 904, 01:14:08-01:14:26 & l. 912, 01:14:41-01:15:05). Informant 5 ytrer, at han er bevidst omkring problematikken ved at italesætte en bekymring, der bundes i faren ved en øget polarisering, når man som nyhedsforbruger i høj grad kun præsenteres for nyheder, der distribueres fra en kilde med en bestemt politisk overbevisning (bilag 2, l. 1168, 01:34:44-01:34:54).

Som det fremgår er informant 1 og 4 bevidste om, at der eksisterer nogle forhold på sociale medier, der påvirker dét informationsflow, som de præsenteres for. De anser dette som værende en fordel, da de helst vil præsenteres for indhold, som de i forvejen er tilbøjelige til at være enige i, hvorimod informant 5 ser dette som værende en samfundsmæssig udfordring. Han påpeger, at problemstillingen kan føre til populisme, når bestemte

holdninger ikke bliver udfordret gennem individets nyhedsstrøm. (bilag 2, l. 1168, 01:34:44-01:34:54).

I vores fokusgruppeinterview blev det også diskuteret, hvorvidt man som nyhedsforbruger på Facebook får sin eksisterende mening om et givent emne udfordret. Det kom her frem, at hvis debatten omhandler et emne, som ”[...]man ikke ved noget om, så er man måske mest tilbøjelig til bare at tage flertallets holdning” (bilag 3, l. 546, 35:03-35:13).

Denne udtalelse bliver fulgt op af Mette, da hun siger ”Ja, og sådan sige så må det nok være rigtigt”, fordi det synes alle ens venner åbenbart, altså” (bilag 3, l. 548, 35:13-35:20).

I disse udtalelser bliver det altså eksemplificeret, at vores konkrete deltagere fra vores fokusgruppeinterview har tendens til at tage flertallets holdning, hvis de ikke selv besidder viden om et område, hvilket må anses som værende problematisk i forhold til at tilgå og konsumere størstedelen af sine nyheder på sociale medier, og agere som ansvarlig samfundsborger på baggrund af en online dannelses, som fordrer at man kritisk kan filtrere de informationer man bliver præsenteret for.

Changing the Nexus of practice

I denne changing the nexus of practice fase kigger vi på hvilken indflydelse, som analyse og resultater kan have for vores undersøgelsesfelt. Vi analyserer de forandringer eller påvirkninger, som vores arbejde kan være med til at forårsage inden for vores nexus of practice. Scollon & Scollon vedkender, at disse forandringsprocesser netop er processer og derfor kan være undervejs fra det tidspunkt, at man bestemmer sig for at engagere sig i sit nexus of practice (Scollon & Scollon, 2004, s. 152). De beskriver, at *"inquiry is social activism"*. I det øjeblik at man påtager sig opgaven at arbejde med sit nexus of practice, er man altså med til at påvirke og muligvis forandre det:

"From the beginning your activities are part of the common activities of that nexus of practice. And you have begun to navigate the cycles of the nexus of practice through your work of documentation and analysis. These activities are actions such as recording, talking, writing, and acting through making documents, images, and other meditational means and through doing your discourse analysis. A nexus analysis departs from traditional ethnographic research by making these communications become actions which occur within the nexus of practice."

(Scollon & Scollon, 2004, s. 177).

Man kan som analytiker tage sine analyseresultater og tilegnede viden med tilbage til det "semiotiske ecosystem" og dermed sætte gang i forandringsprocessen ved at foretage et *re-engagement* (Scollon & Scollon, 2004, s. 177). Man skal dog som den deltagende analytiker stille sig spørgsmålet om, hvordan man transformerer diskurserne til handlinger og handlingerne til nye diskurser og praktiser (Scollon & Scollon, 2004, s. 178).

Som Scollon & Scollon pointerer, så er det vigtigt, at man husker på, at man ikke kan forårsage ensidige sociale forandringer, og man kan heller ikke, som analytiker, forudsige eller kontrollere, hvilke forandringer ens arbejde medfører.

Malene Charlotte Larsen diskuterer i hendes PhD-afhandling, hvorvidt "changing the nexus of practice" er en retvisende beskrivelse af nexusanalysens tredje fase, når nu forandring ikke er målet sig selv (Larsen, 2010, s. 85).

Larsen refererer til Sigrid Norris og Rodney Jones, som, i *Discourse in Action Introducing mediated discourse analysis*, pointerer, at der i processen løbende finder forandringer sted – både hos analytiker og deltagere (Larsen, 2010, s. 85).

Vi vil argumentere for, at vi, i vores interaktion med informanterne fra henholdsvis Turøgade Handelsgymnasium og testgruppen af informanter med samme uddannelsesmæssige baggrund, kan have påvirket deres forståelse og forbrug af nyheder, ligesom deres italesættelser og refleksioner har givet os ny viden til videre analyse. Når vores undersøgelse, som vi diskuterede tidligere, ikke udgør egentlige etnografiske studier, er det svært for os over tid at afgøre, om dette har været tilfældet. Ønsket er dog, at de ligesom os har tilegnet sig ny viden, som kan påvirke deres online adfærd og forbrug af nyheder i en retning, hvor de er mere bevidste om deres medierede handlinger og den online virkelighed, som de befinder sig i. Vores mål var at opnå en zone of identification indenfor vores undersøgelsesfelt, og selvom vi ikke kan forudsige eller kontrollere hvilke forandringer vores resultater kan medføre, kan vi, gennem vores analyse, diagnosticere forskellige centrale temaer (diskurscyklusser), som vi konkluderer er relevante at undersøge nærmere og overveje i forhold til at igangsætte initiativer, som højner unge danskeres online dannelse og klæder dem fagligt på til en digital virkelighed under konstant forandring og med en ligeledes voksende mængde af informationer, man som mediebruger eksponeres for i sin daglige online færden.

Med baggrund i vores tilegnede viden gennem engaging- og navigating the nexus of practice fandt vi frem til en række dominerede diskurser og praksisser som kendetegner gymnasielvernes og deres aldersgruppe indenfor medieforskningens medierede handlinger, når det omhandler det at tilgå og konsumere nyheder på sociale medier, i særdeleshed Facebook.

Empirien tegner et billede af en nyhedsforbruger, der har et stort forbrug af nyheder i sin dagligdag. Dette billede stemmer overens med den eksisterende forskning inden for området, hvor DRs rapport om medieudviklingen beskriver danskerne som nyhedsjunkier (Christensen, 2016). Vores informanter søger dog ikke nyheder gennem en bestemt handling, der har til hensigt at give dem nyheder. Nyhedsstrømmen er en konsekvens af deres online tilstedeværelse, hvor nyheder er en del af deres newsfeed på sociale medier – primært på Facebook. Informanterne er vokset op med web 2.0, og deres rutiner adskiller sig fra den traditionelle nyhedsforbruger, som aktivt søger nyheder gennem aviser, nyhedshjemmesider eller på TV, hvor nyhedsudsendelser bliver transmitteret på faste tidspunkter. Vores informanter italesætter selv, at de forventer, at nyheder kommer til

dem. Derudover forventer de, at nyheder er blevet selekteret for dem, således at nyhederne findes interessante for dem selv. Nyhedskonsumering er blevet en slags pauseunderholdning mellem deres andre daglige gøremål, hvor de søger underholdning gennem sociale medier eller andre sociale interaktioner, der foregår online som følge af teknologiske udvikling og det stadig voksende univers af muligheder som internettet tilbyder.

Den sociale dimension betyder meget for gymnasieeleverne i deres vurdering af, om de vil bruge tid på nyheder. De orienterer sig i kommentarfelter eller i forums, hvor andre brugere giver deres mening til kende om den pågældende nyhed. I nogle tilfælde kan det altså være andre brugeres holdninger, der er medbestemmende for, om de vælger at læse nyhedsartikler eller ej. De er i høj grad selektive i forhold til hvilket indhold, som de ønsker at følge, like eller dele. Dette er et af kendetegnende ved det senmoderne individ, der konstant er reflekterende i forhold til den verden, som det orienterer sig i. De ved, at den person de er online, afspejler hvem de er for omverdenen i samme grad, som deres selvfremstilling i den fysiske verden gør det. Dette har betydning i forhold til deres nyhedsforbrug, da de kun følger, deler og tagger hinanden i indhold, som ikke konflikter med det selvbillede, som de ønsker, at omverdenen skal se. De demonstrerer på den måde en høj grad af kendskab til og bevidsthed omkring, hvordan deres online adfærd, herunder deres nyhedsforbrug, har betydning for hvordan, at de fremstiller sig selv. Her er det tydeligt, at de har kompetencer til at agere i landskabet af forskellige medier online, hvor hvert medie har sin egen anvendelse. De er vokset op med og har udviklet deres kompetencer i takt med den konstante forandring af eksisterende platforme og fremkomsten af nye.

I forhold til vores ærinde med dette speciale, at undersøge danske gymnasieelevers bevidsthed om bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier, og hvilke tiltag, der kan iværksættes for at højne gymnasieelevernes online dannelse, har vi gennem analysens to første faser opnået en zone of identification med det konkrete nexus of practice og diagnosticeret bestemte diskurscyklusser, som er kendetegnende for de unges forbrug af nyheder på sociale medier. Informanterne fra Turøgade Handelsgymnasium, ligesom informanterne fra testgruppen, demonstrerede gennem deres italesættelser af deres medierede handlinger generelt en høj grad af bevidsthed og refleksivitet angående deres brug af forskellige medier, herunder deres forbrug af nyheder på sociale medier. På trods af deres høje bevidstheds- og refleksionsgrad i forhold til deres forbrug, viser både vores egen indsamlede empiri samt den eksisterende forskning på området at der er specifikke områder, hvor gymnasieeleverne mangler en dybere for-

ståelse for, hvilke konsekvenser det kan have, at så stor en del af deres informationstilgængelighed og nyhedsforbrug primært foregår på det sociale medie Facebook. Vi har beskrevet hvordan eleverne er bevidste om visse problematikker, men, at det ikke påvirker måden hvorpå de forbruger nyheder på sociale medie platforme, eller online generelt. I forhold til faren for online ekkokamre, som følge af den algoritmestyrede distribution af indhold (Schrøder, Blach-Ørsten & Burkal, 2016), pluralistisk ignorance og informationskaskader (Hansen & Hendricks, 2011), så er der eksempler som viser, at de ikke i tilstrækkelig grad er opmærksomme på disse og forstår konsekvenserne af den måde, hvorpå de tilgår og konsumerer nyheder. Vi har beskrevet fænomenet confirmation bias, som beskriver individets tilbøjelighed til at søge informationer, som bakker dets i forvejen eksisterende holdninger op, eller ligefrem undgå informationer, som konflikter med dets forudindtagne holdning (Strong, 2017, & Nickerson, 1998)

I forhold til hvilke initiativer som kan iværksættes for at højne gymnasieelevernes online dannelse, blev vi under interviewet gjort opmærksomme på, hvordan eleverne fra Turøgade, af deres samfundsfagslærer, var blevet opfordret til at gøre sig bevidste om deres nyhedsforbrug og deres søgning efter viden og informationer generelt, således, at de hele tiden forholdte sig kritisk og tilegnede sig et nuanceret billede af den konkrete nyhed eller information. Vi har beskrevet forskning som kritiserer de sociale mediers algoritmer for at være med til at modarbejde den diversitet, som eksisterer i det etablerede medie billede, og at udviklingen, hvor en stadig stigende grad af befolkningens nyhedsforbrug er flyttet til de sociale medier udgør en seriøs trussel mod demokratiet (Bozdog & Hoven, 2015, Bozdog, 2013). Ligeledes konkluderer Rader og Gray at de algoritmer, som styrer indholdet som brugerne eksponeres for på de sociale medier er uigennemsigtige, og, at borgerne, hvis de bliver gjort opmærksomme på algoritmerne og deres betydning, bedre vil være i stand til at imødekomme de bias, som er forbundet ved kommunikation og informationssøgning på sociale medier (Rader & Gray, 2015, s. 173).

Der er tale om forskere fra ind- og udland og, i vores empiriske tilfælde, en underviser på informantarnes gymnasie, som italesætter samme problemstilling som dette speciale kredser omkring. Der synes altså et behov for, at befolkningen generelt og måske især de yngre aldersgrupper, som er stærkest repræsenteret i forhold til at benytte de sociale medier og i særdeleshed Facebook som nyhedskanal, har brug for større indsigt i, hvordan de medier, som så stor en del af deres daglige kommunikation, informationssøgning og nyhedsforbrug foregår på, fungerer, og hvilke conse-

kvenser det kan have for deres evne til at deltage i den offentlige debat og agere som borgere i et demokratisk samfund.

Indenfor undervisningssektoren og forskning i dannelse inden for felter som medier, information og digitale teknologier har man i mange år været opmærksomme på de problemstillinger, som uundgåeligt følger med det hastigt og konstant foranderlige mediebillede. Nye teknologier og nye muligheder vil altid udfordre og have indflydelse på, hvordan børn og unge, gennem uddannelsesårene, fra folkeskolen og senere uddannelsesforløb, formår at tilpasse sig, forstå og agere i en teknologisk og mediemæssig virkelighed i stadig hyppigere forandring.

Forskningen beskæftiger med studier i forskellige '*literacies*'. Literacies eller literacy handler om specifikke færdigheder som kan/ og bør tilegnes inden for bestemte områder. I forhold til vores arbejde og mål med dette speciale er de mest relevante former for literacy, som vi vil beskæftige os med; *media literacy*, *information literacy* og *digital literacy*, ligesom der er forskning, som beskæftiger sig med *emerging technology literacy*, hvormed forstås evnen til hele tiden at kunne tilpasse sig, forstå og evaluere nye kommunikations og informationsteknologier (Koltay, 2011). I det følgende vil vi kort præsentere disse typer af færdigheder, som både inden for hver deres fokus, men i høj grad også i kombination med hinanden, danner baggrund for de mulige initiativer som kan iværksættes for at højne unge danskeres bevidsthed om bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier. Vi vil ligeledes præsentere hvilke tiltag som allerede er blevet iværksat nationalt inden for undervisnings- og uddannelsesområdet, og med afsæt heri analysere, hvorvidt, der kan gøres andet eller mere for at give de rette kompetencer til at øge bevidstheden omkring konsekvenserne af nye teknologiers indflydelse på brugernes forbrug af nyheder herpå.

En af de mest fremtrædende forskere inden for media literacy og digital literacy i undervisningsverdenen er den amerikanske professor Renee Hobbs, som foruden hendes forskning har udgivet et white paper som er en handlingsplan bestående af konkrete råd og redskaber, som skal give alle amerikanere kompetencer til at opnå den fornødne media og digital literacy. I dette dokument lægger hun ud med at konkludere:

“The time to bring digital and media literacy into the mainstream of American communities is now. People need the ability to access, analyze and engage in critical thinking about the array of messages they receive and send in order to make informed decisions about the eve-

ryday issues they face regarding health, work, politics and leisure”

(Hobbs, 2010).

Efterfølgende lister hun en række kompetencer inden for media og digital literacy, som må anses som væsentlige for, som samfundsborger, at kunne bære sig i den digitale tidsalder:

- *“Analyze messages in a variety of forms by identifying the author, purpose and point of view, and evaluating the quality and credibility of the content*
- *Create content in a variety of forms, making use of language, images, sound, and new digital tools and technologies*
- *Reflect on one’s own conduct and communication behavior by applying social responsibility and ethical principles*
- *Take social action by working individually and collaboratively to share knowledge and solve problems in the family, workplace and community, and by participating as a member of a community”*

(Hobbs, 2010).

Der er altså tale om en nødvendighed i samfundet, hvor borgerne skal tilpasse sig en række essentielle kompetencer for at kunne agere i det nye og konstant foranderlige udvalg af medier og digitale teknologier: “[...] *there is a need to build up better understanding of how the media work in the digital world and that citizens need to understand better the economic and cultural dimension of media.*” (Koltay, 2011, s. 211). Koltay beskriver hvordan der eksisterer en massiv grad af mediekonsumering, ligesom samfundet er under et konstant bombardement af indtryk og informationer fra forskellige og stadig flere og nye medier. Medierne har en dyb indvirkning på befolkningens opfattelser, overbevisninger og holdninger, og vores mediekonsumering forandres med den brugergererede kommunikation og tilgængeligheden af digitale produkter (Koltay, 2011, s. 211-212). Informationens vitale rolle i udviklingen af demokrati, kulturel deltagelse og aktivt medborgerskab er ligeledes med til at retfærdiggøre og understrege vigtigheden af en øget fokus på både media, digital- og information literacy (Koltay, 2011, s. 212).

Koltay forklarer media literacy generelt forstås som; “[...] *the ability to access the media, to understand and to critically evaluate different aspects of the media and media content and to create communications in a variety of contexts*” (Koltay, 2011, s. 213). At besidde media literacy er dermed vig-

tigt for alle borgere som både bevidst eller ubevidst konsumerer medier. Medier som ligeledes er blevet bredere og mere alsidige med de nye digitale teknologier og den stigende grad af indhold produceret af lægfolk (Koltay, 2011, s. 219).

Information- og digital literacy dækker ligesom media literacy over en række kompetencer som anses som værende essentielle for den moderne forbruger og samfundsborger. Information literacy kan opsummeres gennem følgende definition:

“It emphasizes the need for careful retrieval and selection of information available in the workplace, at school, and in all aspects of personal decision-making, especially in the areas of citizenship and health. Information literacy education emphasizes critical thinking, meta-cognitive, and procedural knowledge used to locate information in specific domains, fields, and contexts. A prime emphasis is placed on recognizing message quality, authenticity and credibility (Hobbs, 2006b).”

(i Koltay, 2011, s. 215)

Mens definitionen af digital literacy lyder således:

“Digital Literacy is the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyse and synthesize digital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and to reflect upon this process. (Martin, 2006: 19)”

(i Koltay, 2011, s. 216).

Hobbs beskriver, hvordan professional udvikling af centrale aktører er vital i processen af en hvilken som helst type af undervisnings- og uddannelsesreform eller fornyelse (Hobbs, 2017, s. 54). Der er blevet eksperimenteret med kurser i informationsretorik og sociale medier, beskrevet som *metaliteracy*, som forklarer, hvordan elever opbygger en metabevidsthed omkring deres adfærd i digitale mediemiljøer (Hobbs, 2017, s. 60). Lige meget hvordan man griber opgaven an med at gøre børn og unge bedre i stand til at orientere sig og manøvrere rundt på de mange digitale platforme, er det vigtigt at gøre dem bevidste om dem selv som både forbrugere og producenter af indhold på de nye medier (Hobbs, 2017, s. 60).

I en dansk sammenhæng arbejder den danske folkeskole efter nogle fælles mål inden for, blandet andet, IT og medier. Disse mål er samlet under nogle samlede guidelines for læringsmål, der i dag kendes som *De fælles mål* (Web 4, Styrelsen for IT og læring). Inden for vores specifikke område, har det været relevant at kigge på, hvad der i dag er iværksat inden for IT og medier. Vi hæfter os ved, at Styrelsen for IT og læring beskriver, at *"Man må i det hele taget være åben over for den udvikling, der hele tiden foregår på dette område. Og man må inddrage og vurdere de relevante medier og muligheder undervejs i tilrettelæggelsen af undervisningen"* (Web 5, Styrelsen for IT og læring).

Dette vidner om en folkeskole, der anerkender og arbejder ud fra den teknologiske udvikling i og med, at den konstant forandrer mediers tilbud og funktioner. Det er blevet besluttet, at den danske folkeskoleelev skal kunne fungere som kritisk undersøger:

"Eleverne skal under kompetenceområdet læsning arbejde med at være kritiske undersøgere. Eleverne skal lære at søge og indsamle information og kritisk tage stilling til informationerne. Der er også fokus på læsning af multimodale tekster, som ofte er interaktive og hypertextforbundne."

(Web 6, Styrelsen for IT og læring).

Derudover er det vedtaget, at folkeskoleeleverne skal kunne agere som den analyserende modtager. Det bliver præciseret på følgende måde: *"Under kompetenceområdet fortolkning skal eleverne lære at anvende it til fx at analysere æstetiske teksters ordvalg med ordskyer, at fremdrage sammenhænge i teksten med mindmaps og at dramatisere æstetiske tekster med video"* (Web 4, Styrelsen for IT og læring).

Udover at folkeskoleeleverne skal kunne være den kritiske undersøger og analyserende modtager, så er der yderligere opsat to punkter fra Styrelsen for IT og læring: *"Eleven som målrettet og kreativ producent"* og *"eleven som ansvarlig deltager"*. Eleven som målrettet og kreativ producent er beskrevet således, at eleven under kompetenceområdet *fremstilling* skal lære at anvende IT som et redskab, der hjælper dem til at kunne idéudvikle, producere, revidere, dele, kommunikere om og præsentere multimodale tekster. (Web 4, Styrelsen for IT og læring)

Det fjerde og sidste punkt, som Styrelsen for IT og læring præsenterer, er *”Eleven som ansvarlig deltager”*. Det bliver beskrevet, at eleverne, under kompetenceområdet *kommunikation* skal lære, at

”forholde sig til livet i netværkssamfundet. Bl.a. med fokus på at blive bedre i stand til at indgå i ansigtsløs kommunikation, fx på sms, sociale netværk og i samarbejdsforum, på at blive bedre i stand til at samarbejde via internettet og på at forholde sig til sine digitale fodspor”

(Web 4, Styrelsen for IT og læring).

EMU, Elektronisk Mødested for Undervisningsverdenen, har som mission, at være Danmarks læringsportal *”[...] med udgangspunkt i politiske fokusområder og faglige mål formidle de bedste undervisnings- og læringsressourcer og erfaringer fra praksis med fokus på brug af IT og gratis tilgængelige ressourcer”* (Web 6, Styrelsen for IT og læring).

EMU beskriver følgende på deres hjemmeside:

”Man må arbejde målrettet med elevernes tilegnelse af en bevidsthed om den kompleksitet, som medierne er karakteriseret ved - billeder, tekster, lyd, filmklip etc., der konstant veksler og ændrer sig. Der må i undervisningen fokuseres på:

- *Identifikation af behovet for information*
- *Værktøjer til informationssøgning*
- *Strategier til at søge systematisk og hensigtsmæssigt*
- *Vurdering af informationer*
- *Kildekritik*
- *Sortering og valg af informationer ud fra opgaver og mål*
- *Korrekt citering og referering af kilder”*

(Web 5, Styrelsen for IT og læring)

Som det altså her fremgår, så arbejder man allerede fra folkeskolens uddannelsesforløb med at gøre de danske skoleelever i stand til at kunne navigere i de digitale platforme, som i dag eksisterer. Det er også vores opfattelse, at gymnasieeleverne fra Turøgade Handelsgymnasium er kompetente til at kunne anvende diverse mediers funktioner. Vi har ingen grund til at tro, at de ikke har forudsætningerne for at kunne leve op til de opsatte mål, som er præsenteret ovenfor. Vi har i dette afsnit redegjort for nogle af de iagttagelser, som vi har gjort os i vores analysearbejde med

den datamængde, som vores indsamlede empiri har givet. Det bliver forklaret, hvordan gymnasieeleverne er bekendte med at navigere rundt i medielandskabet anno 2017, og at de er bevidste om hvilke funktioner og muligheder de forskellige medier besidder.

Som det flere gange er pointeret gennem dette speciale, så bliver der sat spørgsmålstejn ved, hvorvidt disse unge forstår de bias, der er forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier. Vi har gennem gymnasieelevernes arbejde med at udføre logbøgerne set, at langt størstedelen af deres nyhedsforbrug foregår på Facebook, hvilket ikke er overraskende, da denne tendens allerede er påvist gennem flere undersøgelser, som dette speciale også løbende har refereret til. Vi ser dog et behov for, at man i højere grad gør eleverne bevidste om, hvilken konsekvens deres online adfærd har for deres nyhedskonsumering og dermed også en grundlæggende del af deres forståelse for samfundets problematikker og dertilhørende diskussioner. Når vi, sammen med gymnasieeleverne, har diskuteret, hvilken konsekvens deres valg af Facebook som primær kilde til nyheder medfører, så fortæller de på egen hånd, at det ikke er hensigtsmæssigt. Måske denne indsigt fremover vil øge deres bevidsthed og ændre deres adfærd i forhold til deres forbrug af nyheder på sociale medier. Hverken gymnasieeleverne eller testgruppen italesætter dog i deres interaktion hinanden imellem eller med os, at det er et forhold som de bekymrer sig om, eller handler efter i deres daglige mediebrug og nyhedskonsumering.

Vores informanter viser et højt bevidstheds- og refleksionsniveau i forhold til deres anvendelse af de forskellige online platforme og sociale netværksider som de benytter sig af. De manøvrerer uden problemer rundt, og de er bevidste om, hvordan deres ageren og adfærd online, er med til at afspejle deres identitet for omverdenen. De foretager selv til- og fravalg i forsøget på at skræddersy de medier de benytter, således at de modtager indhold baseret på deres egne ønsker og interesser. De beskriver deres nyhedsforbrug som noget der indgår som en naturlig del af deres tilstedeværelse på de forskellige platforme de benytter – specielt på Facebook. De har kendskab til mediets mange funktioner og forklarer, at deres nyhedsforbrug herpå skyldes, at det er her de i forvejen er. Facebook sidestilles, som vi skrev tidligere, i informanternes optik med de traditionelle nyhedsmedier.

Gymnasieeleverne Turøgade besidder et overordnet kendskab til algoritmer og i interaktionen, informanterne og os imellem, erkender de ligeledes, at deres forbrug af nyheder på sociale medier, konflikter med de kriterier, som de mener deres forbrug af nyheder bør opfylde, og dermed de bias, der kan være forbundet ved at have sociale medier som sin primære nyheds-

kanal. På trods heraf, er det ikke en problemstilling som påvirker dem i deres daglige brug, ligesom de mener, at de med deres aktive til- og fra-valg selv har stor indflydelse på, hvilket indhold de præsenteres for.

I forhold til de tiltag som i forvejen er iværksat på området bør der i lige så høj grad rettes fokus mod at gøre eleverne opmærksomme på vigtigheden af at forholde sig kritisk til det medie de modtager og konsumerer deres nyheder på. Mens de viser en høj grad af refleksivitet og evne til at benytte de mange nye medier og muligheder som den teknologiske udvikling har bragt med sig, mener vi, på baggrund af vores undersøgelse, at der mangler en dybere forståelse for og viden om den kontekst, hvori de har størstedelen af deres nyhedsforbrug. Facebooks anvendelsesmuligheder favner bredt og fordi mediet tilbyder brugerne at benytte det til så mange forskellige formål, betyder det samtidigt at nyhedskonsumeringen flyder sammen med deres andre aktiviteter på platformen, og at de konkrete journalistiske nyheder præsenteres i et newsfeed bestående af et hav af informationer af forskellig art. Tremayne forklarede hvordan 40 procent af indholdet på brugernes newsfeed bestod af underholdning (Tremayne, 2017). Når indhold af underholdningsmæssig karakter alene har så primær en rolle handler det for brugeren om selv at filtrere nyhederne i vældet af forskellige opslag, af forskellig type og fra forskellige afsendere. Det handler altså om at kunne fordybe sig i og forholde sig kritisk i forhold til afsender, indhold og kontekst, i en kontekst, hvor du som bruger i forvejen bombarderes med indhold af både privat og offentlig karakter og underholdnings, nyheds- og samfundsmæssig relevans. Hobbs anviser at man skal tage ansvar for måden, hvorpå man konsumerer nyheder og man skal kunne tage *social action* (Hobbs, 2010). Når Facebook er gymnasieelvernes primære platform for deres forbrug af nyheder er det vigtigt at de opbygger en forståelse for, at de ikke blot agerer modtagere, men ligeledes bliver producent eller medproducenter på det indhold som de interagerer med når de synes godt om, tagger, kommenterer eller deler indhold. Når Facebook er algoritmestyret spiller den sociale distribution af nyhederne en afgørende rolle for hvor mange og hvem indholdet rammer. Man må altså som bruger gøre sig bevidst om ens rolle i distributionen og receptionen af bestemt indhold, ligesom ansvaret for selv at sat sig ind i det nyhedsindhold man interagerer med.

Koltay forklarer behovet for at brugerne får en bedre forståelse for hvordan medierne fungerer i den digitale tidsalder, samtidig med at borgerne skal forstå mediernes økonomiske og kulturelle dimensioner (Koltay, 2011, s. 211). Det er vigtigt at forstå Facebook som en forretning, som lever af at levere indhold til sine brugere som de vil like, dele, kommentere og tagge andre brugere i. Når en stigende grad af det indhold man som bruger eksponeres for enten direkte eller indirekte er produceret af læg-

folk frem for professionelle medfølger et ansvar for modtageren om at kunne forholde sig kritisk hertil.

Digital literacy beskrives som individets bevidsthed, holdning og evne til hensigtsmæssigt at kunne benytte de nye teknologier og konstruere ny viden på baggrund heraf. Som vi har beskrevet besidder informanterne i vores undersøgelse evnerne til at manøvrere i de nye teknologier, samtidigt med, at de har et højt refleksionsniveau i forhold til deres anvendelse af forskellige platforme og medier. Dog eksisterer der uoverensstemmelser mellem deres viden og deres faktiske brug, hvor de ikke i hverdagen tager højde for den viden de besidder. Styrelsen for IT og læring beskriver nødvendigheden af at man hele må være åben overfor den konstante udvikling på området, og at man må inddrage og vurdere de relevante medier og muligheder undervejs i tilrettelæggelsen af undervisningen i digital og online dannelse. Inden for forskningen kaldes dette forhold som nævnt for *emerging technology literacy* (Koltay, 2011, s. 218). Det er altså vigtigt, at fordi medierne og teknologierne er under konstant udvikling, således må det være en forudsætning for en tidssvarende undervisning, at undervisningsmaterialet er tilsvarende med det aktuelle mediebillede. Her opstår en potentiel udfordring da læringsmateriale og godkendt forskning ikke nødvendigvis repræsenterer det aktuelle nyhedsbillede. I den forbindelse pointerer Hobbs vigtigheden i uddannelsen af centrale aktører for at opnå målet om digital, information og media literacy blandt eleverne på alle uddannelsesstrin og gennem resten af livet (Hobbs, 2017, s. 54). Ligesom teorien om *emerging technology literacy* og Hobbs anvisninger mener vi, at de tiltag, som bør udvikles og iværksættes, bliver tilrettelagt således det involverer en livslang læring. Som samfundsborgere har vi behov for viden og informationer, og i den henseende spiller journalistiske medier en afgørende rolle. Samtidig er måden hvorpå vi tilgår og interagerer med nyheder på, på sociale medier med til at præge medierne, den politiske dagsorden og den offentlige debat.

For at skabe en forandring inden for det *nexus of practice*, som vi har undersøgt og analyseret i dette speciale er det vigtigt at man på institutionelt plan forstår problemstillingen fra gymnasieelevernes synspunkt. Det er vante og dygtige brugere af de nye medier og besidder i forvejen en høj bevidsthed omkring deres forbrug, samt deres online tilstedeværelse. Vores undersøgelse beskæftiger sig kvalitativt med en meget begrænset og lokal kontekst, som vi dog analyserer i forhold til den eksisterende forskning på området. Rent diskursivt har vi kunne aflæse en gruppe gymnasieelever som forholdt sig refleksivt i forhold til deres eget forbrug, og hvor indsatserne som allerede er iværksat af styrelsen for IT og læring, med et øget fokus på den sociale online kontekst, som elevernes nyhedsforbrug

foregår i, vil kunne øge elevernes bevidsthed om bias forbundet med deres nyhedsforbrug på sociale medier samt højne deres online dannelse.

Konklusion

Vores speciale har haft til hensigt at undersøge, hvilken bevidsthed danske gymnasieelever har om bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier og hvilke tiltag der kan iværksættes for at højne deres online dannelse.

I vores konkrete undersøgelse har vi arbejdet med en gruppe gymnasieelever fra Turøgade Handelsgymnasium, der alle gik i 2.g. Deres primære platform for nyhedskonsumering har vist sig at være gennem det sociale medie Facebook. Dette er ikke et unikt tilfælde men en tendens, der generelt afspejles for unge i alderen 18-24 år. Gymnasieeleverne stiller krav til distributionen af nyheder. Deres nyhedsforbrug indgår som en naturlig del af deres tilstedeværelse online, hvor de ikke aktivt søger nyheder, men forventer at de eksponeres for de nyheder, som de ønsker gennem deres newsfeed på Facebook. Nyhedskonsumeringen sker således sideløbende med, at de unge er til stede på sociale medier som eksempelvis Facebook. Her forsøger de selv at skræddersy deres informationsflow ved aktivt at tilvælge bestemte medier, virksomheder og personer ved at like deres profiler. Gymnasieeleverne har en stor viden om forskellige sociale medier, deres funktioner, fordele og ikke mindst svagheder. Der eksisterer en stor forståelse for, hvad de forskellige medier tilbyder, og derfor er gymnasieeleverne også aktive på flere forskellige medier på samme tid, hvor hvert medie har sin egen anvendelse.

Netop det faktum at de ikke selv ønsker at bruge tid på at finde nyheder og være velsondrede i det aktuelle nyhedsbillede er grunden til, at de foretrækker Facebook som deres primære platform for deres nyhedskonsumering. Vores informanter fra Turøgade er bevidste om, at Facebook som medie er styret af algoritmer, der påvirker, hvilket indhold, som de præsenteres for på Facebook. De ved overordnet set, hvordan en algoritme fungerer, men de kan ikke præcisere, hvordan Facebooks konkrete algoritme fungerer, hvilket også betyder, at de ikke præcist ved, hvilken påvirkning den har for deres nyhedskonsumering. De er overordnet set ikke bekymrede i forhold til, hvilket indhold algoritmen sender deres vej, da de generelt har tillid til Facebook. Dette gør sig også gældende for vores testgruppe, der via et fokusgruppeinterview blandt andet fortalte, at de har tillid til Facebook, og at de benytter mediet på trods af, at de er bevidste om, at algoritmen påvirker deres newsfeed.

Den teknologiske udvikling har flyttet nyhedsforbruget for denne aldersgruppe over på sociale medier, og som vi flere gange har redegjort for, så

er forbruget i dag i overvejende grad på Facebook. Når vi kigger på de tiltag, der i forvejen er iværksat af Styrelsen for It og læring under betegnelsen, de fælles mål, så ser vi et behov for, at man, udover at kende til anvendelsen af nye medier også forstår, hvordan disse medier er bygget op og hvilke konsekvenser deres konstruktion har for det indhold, som man bliver eksponeret for. Det kan have konsekvenser for det vidensgrundlag, man som samfundsborger er i besiddelse af. Med baggrund i gymnasieeleverne og testpersonernes manglende forståelse for, og i virkeligheden ubekymrede tilgang til hvordan en algoritme påvirker individets nyhedskonsumering, ser vi et behov for, at de fælles mål også behandler at man som elev skal forholde sig kritisk til, hvordan disse sociale medier er opbygget, og hvilken konsekvens det kan have for de nyheder, man som bruger bliver præsenteret for. Informanterne har i relativ grad en forståelse for, og evne til at forholde sig kritisk i forhold til afsenderen af de nyheder som de eksponeres for, hvorimod vi ser en større problemstilling i, at gymnasieeleverne ikke i tilstrækkelig grad forholder sig kritiske i forhold til den kontekst hvori de eksponeres for og konsumerer deres nyheder. Den generelle facebookbruger eksponeres kun for omkring to procent af de nyheder, som de er disponible for gennem deres egne og deres venner aktive tilvalg via likes, delinger og kommentarer. Ifølge Facebook ser brugerne kun godt 300 ud af minimum 15.000 mulige nyheder dagligt som følge af algoritmen. Det betyder altså, at selvom vores informanter selv skræddersyr hvilket indhold, som de ønsker på Facebook, så er det kun en lille procentdel der ender i deres newsfeed. Når de ikke ønsker aktivt at tilegne sig nyheder på mediet, bliver de således ekskluderet fra en stor mængde indhold på daglig basis (Web 7, Facebook).

Vi mener, at det er væsentligt, at vi sammen diskuterer disse forhold, så vi får et øget fokus på denne udvikling. På denne måde ser vi et potentiale for, at vi kan ændre på diskursen inden for dette område og dermed på sigt også ændre nyhedsforbrugernes medierede handlinger.

Dog skal det understreges, at denne undersøgelse kun viser et billede af, hvordan vores informanter og testpersoner forholder sig til de bias, der er forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier. Vi ser et behov for, at der bliver foretaget en række lignende undersøgelser, også på tværs af uddannelsesinstitutionerne, for at bidrage med yderligere viden inden for feltet. Vi anser det som værende en samfundsmæssig nødvendighed, at dette bliver undersøgt yderligere, da det potentielt kan have konsekvenser for, hvordan vi som samfund er i stand til at deltage i den offentlige debat og indgå i den demokratiske proces. Vi ser også et behov for, at det bliver undersøgt hvorvidt det er muligt at tilpasse Newsfeedet på Facebook såle-

des, at det giver et bredere og mere nuanceret billede af virkeligheden. Den viden som produceres er både relevant for de unge selv, uddannelsesinstitutionerne samt de sociale medier selv, således der er kohærens mellem brugernes ønsker og det som mediet tilbyder.

Diskussion

I dette afsnit ønsker vi at præsentere nogle af de overvejelser som vi har gjort i forhold vores valg af teoretisk og metodologisk tilgang under specialarbejdet. Når vi vælger at foretage vores analyse med inspiration fra den medierede diskurs analyse, med nexusanalysen som analytisk rammeværktøj, er det fordi tilgangen giver os en række værktøjer til, hvordan vi kan strukturere vores analyse samt analysere vores data med henblik på at besvare vores problemformulering. Vi er bevidste om, at vi ikke foretager egentlige etnografiske undersøgelser, som metoden ellers foreskriver. Når vi alligevel finder metoden relevant, skal det ses i lyset af vores eget kendskab til feltet, som betyder, at vi ikke i samme grad som en novice, har brug for længerevarende feltstudier for at blive velbevandrede og opnå en zone of identification inden for det felt vi undersøger.

Forud for indsamlingen af vores empiriske data gjorde vi os en række tanker og overvejelser. I henhold til logbøgerne, som havde til hensigt at agere som et alternativ til neutrale observationer, var vi meget bevidste om ikke at præge vores informanter i nogen bestemt retning, da vi ønskede et så retvisende billede af deres nyhedsforbrug, som en sådan tilgang muliggør. Se i retrospektiv kan den åbne og måske, i gymnasieelevernes øjne, ukonkrete tilgang have haft negativ indflydelse på udformningen af logbøgerne. Vi kunne konstatere at logbøgerne i forhold til vores forventninger var mangelfulde, hvilket også afspejlede sig i vores senere interaktion med informanterne under gruppeinterviewet. Om end logbøgerne afspejlede Facebooks dominerende rolle i de unges nyhedsforbrug, tegnede de langt fra et retvisende billede af de unges forbrug, ligesom vi kan se, at eleverne har været inkonsekvente med deres noteringer under. Der kan være mange faktorer i spil, som kan forklare hvorfor logbøgerne ikke blev udarbejdet grundigere, eller viste et retvisende billede af gymnasieelevernes faktiske forbrug. Først og fremmest er det en udfordring pludselig at skulle være opmærksom på sine egne daglige rutiner, medierede handlinger og sociale praksisser, hvilket informanterne også italesætter. Men måske vi kunne have opnået et bedre resultat, hvis vi havde været mere konkrete og sat nogle skabere rammer for, hvordan logbøgerne skulle udføres. Det bliver i så fald en opvejning af vigtigheden i, og målet om, at opnå så neutrale observationer som muligt.

Vores gruppeinterview med gymnasieeleverne fra Turøgade viste sig at være yderst givende, da de alle var ivrige for at deltage, og det er ikke vores opfattelse, at eleverne forsøgte at præge os i en bestemt retning eftersom, at vi sammen fik flyttet deres bevidsthed og måde at omtale pro-

blemstillingen på. Jo mere vi sammen fik diskuteret emnet, jo større refleksivitet viste eleverne. Grundet logbogsarbejdet var de alligevel blevet bevidste om deres nyhedsforbrug, og dét at de skulle sidde og notere, hvor de fik deres nyheder fra gjorde, at de i højere grad var i stand til at deltage aktivt i gruppeinterviewet.

Vi ønskede at afprøve den vidensmængde, som gruppeinterviewet medførte, i et fokusgruppelinterview med repræsentanter fra den samme aldersgruppe for at få italesat og diskuteret de centrale medierede handlinger og sociale praksisser i et andet lignende plenum. Interviewet bidragede primært med to punkter. Vi blev gjort bevidste om, at der var en forskel på, hvor bevidste eleverne fra Turøgade var omkring algoritmer og deres indflydelse på indhold i forhold til fokusgruppel deltagerne. Godt nok havde handelsskoleeleverne kun overfladisk arbejdet med algoritmer, men deres bevidsthed om algoritmens eksistens og funktion gjorde dem i højere grad i stand til at reflektere over, hvad de blev præsenteret for i deres newsfeed på blandt andet Facebook. En sådan afprøvning af ens data i en anden lignende kontekst understreger hvorfor der er behov for at afprøve sine resultater på en større population og i andre kontekster end dette speciales lokale kontekst. Vi har forsøgt at nuancere vores resultater ved løbende at sammenligne dem med den data og viden som i forvejen eksisterer inden for området, men er bevidste om at vi stadig ikke, på baggrund af vores analyse kan generalisere.

I forhold til forandringselementet i vores undersøgelse, hvor vi søger at bidrage med brugbar viden i forhold til at igangsætte eller gentænke dele af de initiativer som bliver gjort på området for at højne de unges online dannelse, vil vi argumentere for, at vi gennem vores dialog med gymnasieeleverne oplevede en øget bevidsthed omkring bias forbundet ved deres nyhedskonsumering på sociale medier. I forhold til vores teoretiske og metodologiske tilgang, ville det have været yderst relevant, både for potentialet for at ændre de diskursive praksisser og herskende diskurser inden for de konkrete nexus of practice, men også for den viden vi formidler videre, at vi havde foretaget vores undersøgelse over en længere periode for i højere grad at have kunne dokumentere de mulige forandringer som vores undersøgelse kan have bragt med sig.

Litteraturliste

- Attride-Sterling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*. 1(3). 385-405. Sage Publications
- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132. Retrieved from <http://science.sciencemag.org/content/348/6239/1130/tab-pdf>
- Bolger, N., Davis, A. & Rafaeli, E. (2003). Diary Methods: Capturing Life as it is Lived. *Annual Review of Psychology*. 54. 579-616.
- Bouvier, G. (2016). What is a discourse approach to Twitter, Facebook, YouTube and other social media: connecting with other academic fields. I Bouvier, G. (Red.), *Discourse and Social Media* (s. 1). New York: Routledge.
- Boyd, D., M. & Ellison, N., B. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarchip. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13. 210-230.
- Brinkmann, S., Tanggaard, L. (2015). Kvalitative metoder, tilgange og perspektiver: en introduktion. I S., Brinkmann & L., Tanggaard. *Kvalitative metoder – En grundbog* 2. Udgave (s. 13). Hans Reitzels Forlag.
- Brinkmann, S., Tanggaard, L. (2015). Interviewet: Samtalen som forskningsmetode. I S., Brinkmann & L., Tanggaard. *Kvalitative metoder – En grundbog* 2. Udgave (s. 29). Hans Reitzels Forlag.
- Bozdag, E. & van den Hoven, J. (2015). Breaking the filter bubble: democracy and design. *Ethics and Information Technology*, 2015, 17(4) 249-265
- Bozdag, E. (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology* 15(3), 209-227.

- Bro, P. & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping: News media versus social media. *Digital Journalism*. 1-9. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2014.895507#aHR0cDovL3d3dy50YW5kZm9ubGluZS5jb20vZG9pL3BkZi8xMC4xMDgwLzIxNjcwO DEx LjIwMTQ ODk1NTA3P25lZWRYBY2Nlc3M9dHJ1ZUBAQDA=>
- Bødker, H. (2013). Sociale medier som journalistisk kommentarfilter. I J., L. Jensen & J. Tække (Red). *Facebook – fra socialt netværk til metamedie*. (s. 211) Samfundslitteratur
- Christensen, D., Knudsen, H., G., Birk, M., Byrresen, S., H., Gretlund, T., S. Heiselberg & L., Scheutz, S. (2016). Medieudviklingen 2016 – DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af elektroniske medier. DR Medieforskning. .
- Christensen, L., H. (2013). Facebook som nyhedskanal: Det sociales nyhedsværdi. I J., L. Jensen & J. Tække (Red). *Facebook – fra socialt netværk til metamedie* (s. 229). Samfundslitteratur.
- Colin, F. (2015). Socialkonstruktivisme I humaniora. I F., Colin & S., Køppe (Red). *Humanistisk videnskabsteori* (s. 417). København: Lindhart og Ringhof Forlag.
- Cotter, C. (2015). Discourse and Media. I D., Schiffrin, D., Tannen & H., E., Hamilton (Red.). *The Handbook of Discourse Analysis 2*. Udgave (s. 795). John Wiley & Sons, Inc.
- DeVito, M. A. (2016). From Editors to Algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*. 5 (6), 753-773. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1178592>
- Dickson, T. (2009). *Mass Media Education in Transition – Preparing for the 21st Century*. Taylor & Francis e-Library
- Dworznik, G. (2016). The Publics' Right to Know in the Age of Social Media. *Journal of Media Ethics*, 31(2). 134-136

- Ellison, N., B. & Boyd D., M. (2013). Sociality Through Social Network Sites. I W., Dutton (Red). *The Oxford Handbook of Internet Studies* (s. 151). Oxford Handbooks.
- Frederiksen, M. (2014). Mixed methods-forskning – fra praksis til teori, I M., Frederiksen, P., Gundelach, & R., S., Nielsen (Red). *Mixed methods forskning - principper og praksis* (s.7). Hans Reitzels Forlag.
- Frederiksen, M. (2015). Mixed methods-forskning. I S., Brinkmann & L., Tanggaard (Red). *Kvalitative metoder – En grundbog*. 2. udgave. (s.197). Hans Reitzels Forlag.
- Frederiksen, M., Gundelach, P. & Nielsen, R., S. (2014). Mixed methods I perspektiv. I M., Frederiksen, P., Gundelach, & R., S., Nielsen, (Red). *Mixed methods forskning – principper og praksis* s.239). Hans Reitzels Forlag.
- Frey, j. (1991). The group interview in social research. *The Social Science Journal*, 28(2) 175-187. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/03623319\(91\)90003-M](https://doi.org/10.1016/03623319(91)90003-M)
- Gadamer, H. (2004). *Sandhed og metode – Grundtræk af en filosofisk hermeneutik*. Århus. Systime.
- Giddens, A. (2000). *En løbsk verden - Hvordan globaliseringen forandrer vores tilværelse*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Giddens, A. (1996). *Modernitet og selvidentitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Halkier, B. (2008) *Fokusgrupper*. 2. udgave. Frederiksberg C: Forlaget Samfundslitteratur.
- Hamilton et al. (2014). A path to understanding the effect of algorithm awareness, *CHI'14 Extended Abstracts on human Factors in Computing Systems*. 631-642. Retrieved from <http://delivery.acm.org.zorac.aub.dk/10.1145/25800000/2578883/p631-hami>
 ton.pdf?ip=130.225.53.20&id=2578883&acc=ACTIVE%20SER
 VICE&key=36332CD97FA87885%2E1DDFD8390336D738%2E4D4
 702B0C3E8B35%2E4D702b0C3E38B35&CFID=996035126&CFTO

KEN=238226150&_acm_=1508262693_3c3b321a893852c21f28bd01a11e433b

- Hansen, A., D. (2013). Diskursteori i et videnskabsteoretisk perspektiv. I L., Fuglsang, P., B., Olsen, & K., Rasborg (Red.), *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – På tværs af fagkulturer og paradigmer*, 3. Udgave, (s. 439), Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Hansen, P. G. & Hendricks, V. F. (2011). *Oplysningens blinde vinkler – En åndslitterær kritik af informationssamfundet*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- Hendricks, V., F. (2016). *Spræng boblen – sådan bevarer du fornuften i en ufornuftig verden*. Gyldendal
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D. & Logan, D. (2012). Share, like, recommend. *Journalism Studies* 13(5-6). 815-824. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2012.664430#aHR0cDovL3d3dy50YW5kZm9ubGluZS5jb20vZG9pL3BkZi8xMC4xMDgwLzE0NjE2NzBYLjIwMTIuNjY0NDMwP25lZWRYBY2Nlc3M9dHJ1ZUBAQDA=>
- Higgins, K. (2016). Post-truth: a guide for the perplexed. *Nature*, 540(7631) 9. Retrieved from <https://doi.org/10.1038/540009a>
- Hoobs, R. (2010). Digital and Media Literacy: A Plan of Action. A White Paper on the Digital and Media Literacy Recommendations of the Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy. The Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2017). Approaches to Teacher Professional Development in Digital and Media Literacy Education. I S., Belinha, et al (Red). *International Handbook of Media Literacy Education*. 1. Udgave. (s. 54). Routledge.
- Horsbøl, A. & Raudaskoski, P. (2016). Kapitel 1: Diskurs og praksis som analysefelt. I A. Horsbøl & P. Raudaskoski (Red.), *Diskurs og praksis* (s. 9). Samfundslitteratur.
- Højberg, H. (2013). Hermeneutik. I L., Fuglsang, P., B., Olsen, & K., Rasborg (Red.), *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – På tværs af fagkulturer og paradigmer*, 3. Udgave, (s. 289), Frederiksberg C: Samfundslitteratur.

- Jensen, J., L. & Tække, J. (2013). Indledning: Facebook i den danske hverdag – fra socialt netværk til metamedie. . I J., L. Jensen & J. Tække (Red). *Facebook – fra socialt netværk til metamedie*. (s. 9) Samfundslitteratur
- Jørgensen, S., S. (2016). *Gamle medier er også sociale* – En kvalitativ undersøgelse af mediers rolle og betydning i brugernes hverdag. Center for Journalistik, Institut for Statskundskab, Det Samfundsvidenskabelige Fakultet, Syddansk Universitet.
- Kabel, L. & Sparre, K. (1999). *Nye nyheder* : om nyhedsjournalistik og nyhedsdækning i dagblade, radio, tv og online. Århus. Forlaget Ajour Danmarks Journalisthøjskole
- Kalsnes, B. & Larsson, A., O. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media - Detailing distribution on Facebook and Twitter. *Journalism Studies*. 1-20. Retrieved from <http://dx.doi.org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/1461670X.2017.1297686>
- Karpatschhof, B. (2015). Den kvalitative undersøgelsesforms særlige kvaliteter. I S., Brinkmann & L., Tanggaard, *Kvalitative metoder – En grundbog*. 2. udgave. (s.443). Hans Reitzels Forlag.
- Kaspersen, L., B. (2000). Anthony Giddens. I H., Andersen, & L., B., Kaspersen, (Red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*. 2. udgave. (s. 416). København: Hans Reitzels Forlag.
- Khosravinik, M. & Unger, J., W. (2016). Critical discourse studies and social media: power, resistance and critique in changing media ecologies. I R., Wodak, & M., Meyer (Red.). *Methods of Critical Discourse Studies*, 3. udgave (s. 205). London: SAGE Publications Ltd.
- Klastrup, L. (2013). Danskerne på Facebook: Et globalt teller national fællesskab. I J., L. Jensen & J. Tække (Red). *Facebook – fra socialt netværk til metamedie*. (s. 45) Samfundslitteratur
- Kovarik, B. (2016). *Revolutions in Communication* – Media History from Gutenberg to the Digital Age. 2. udgave. Bloomsbury. Part IV, The Digital Revolution, (s. 343-431).

- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media Culture & Society*, 2011, 33(2). 211-221. Udgave. Sage Publications.
- Kvale, S. (1997). *InterView* – En introduktion til det kvalitative forskningsinterview. København: Hans Reitzels Forlag. 288 sider.
- Larsen, M., C. (2010). *Unge og online sociale netværk* – En nexusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser. I institut for kommunikation Aalborg Universitet.
- Larsen, M. C. & Raudaskoski, P. (2016). Kapitel 4: Medieret diskursanalyse og nexusanalyse. I A. Horsbøll & P. Raudaskoski (Red.), *Diskurs og praksis* (s. 89). Samfundslitteratur.
- Larsen, M., C. (2014). Internetbaseret feltarbejde, spørgeskemaer og kvalitative interview: Unges brug af sociale medier. I M., Frederiksen, P., Gundelach & R., S., Nielsen (Red). *Mixed methods-forskning – principper og praksis*. (s. 155). Hans Reitzels Forlag.
- Larsen, M., C. & Glud, L., N. (2013). Nye medier, nye metoder, nye etiske udfordringer. *Metode og forskningsdesign (1)*, 67-90. Retrieved from <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mf/article/view/8268/6839>
- Lull, J. (2000). *Media, Communication, Culture* – A Global Approach. 2. udgave. Cambridge: Polity Press. (s. 5-12, 97-129, 224-264)
- Mediernes udvikling i Danmark 2015 – Sociale medier – Brug, interesse området og debatlyst. Kulturstyrelsen.
- Mediernes udvikling i Danmark 2016 – *Internetbrug og enheder 2016*. Ministeriet, Slots-og Kulturstyrelsen.
- Mediernes udvikling i Danmark 2016 – Overblik og perspektivering 2016. Ministeriet, Slots-og Kulturstyrelsen..
- Nickerson, R. (1998). Confirmation Bias: Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of general psychology*. 2(2) 175-220.

- Nielsen, H., K. (1994). Modernitet og massemedier – med udgangspunkt I Anthony Giddens' sociologi. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research* 10 (22). 41-52. Retrieved from <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/1014/920>
- Nielsen, R. K. & Schrøder, K. (2013). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2013*. Center for Magt, Medier og Kommunikation, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, Roskilde Universitet.
- Nielsen, R. K. & Schrøder, K. (2014) Danskernes brug af digitale medier og nyheder i 2014. Center for Magt, Medier og Kommunikation, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, Roskilde Universitet.
- Pahuus, M. (2014) Hermeutik. I F., Collin & S. Køppe. *Humanistisk Videnskabsteori*. (s. 223) 3. Udgave. Lindhardt & Ringhof.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble – What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin group.
- Pedersen, P., P. (2000). En postmoderne nutid. I H., Andersen & L., B., Kaspersen (Red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*. 2. udgave. (s. 458). København: Hans Reitzels Forlag.
- Phillips, L. (2015). Diskursanalyse. I S., Brinkmann & L., Tanggaard. I *Kvalitative metoder – En grundbog*. 2. udgave. (s. 297). Hans Reitzels Forlag.
- Powers, E., M. (2017). My News Feed is Filtered? Awareness of news personalization among college students. *Digital Journalism*. 1-21- Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1286943>
- Powers, E., M. (2014). How students access, filter and evaluate digital news: Choices that shape what they consume and the implications for news literacy education. Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park, in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, 2014, 1-194.

- Rader, E., & Gray, R. (2015). Understanding User Beliefs About Algorithmic Curation in the Facebook News Feed. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on human factors in computing systems*, 18. april 2015, 173-182.
- Rasmussen, T. (2000). *Social Theory and Communication Technology*. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Richter, C., J. (2000) Anthony Giddens: A Communication Perspective. *Communication Theory* 10 (3). 359-368. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1468-2885.2000.tb00197.x/epdf>
- Schrøder, K. (2015). *Danskernes brug af nyhedsmedier – Brugsmønstre og nyhedsrepertoarer 2015*. Center for Magt, Medier og Kommunikation, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, Roskilde Universitet.
- Schrøder, K. Blach-Ørsten, M. & Burkdal, R. (2016). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2016*. Center for nyhedsforskning, Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet.
- Scollon, R. (1998). *Mediated Discourse as Social Interaction – A Study of News Discourse*. Edinburgh Gate: Addison Wesley Longman Limited.
- Scollon, R. (2001). *Mediated Discourse – The nexus of practice*. London: Routledge.
- Scollon, R. & Scollon, S. W. (2004). *Nexus Analysis – Discourse and the emerging Internet*. New York: Routledge.
- Sepstrup, P. & Fruensgaard, P (2013). *Tilrettelæggelse af information: Kommunikations- og kampagneplanlægning*. København: Academia Gyldendal Akademisk.
- Strong, S., I. (2017). Alternative Facts and the Post-Truth Society: Meeting the Challenge. *School of Law (Forthcoming)*. Retrieved from <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=724017066103123080>

12102302509909302202608007701303002911211302802609302710
60820800730110560330560270051071240861270250750710150460
72056061077094127124081102124123007008056000082107117089
092031083083089011111020
089004064099126112086011022117090098097&EXT=pdf

Thomsen, J., P., F. (2000). Diskursanalyse. I H., Andersen & L., B., Kaspersen (Red.) *Klassisk og moderne samfundsteori*. 2. udgave. (s. 179). København: Hans Reitzels Forlag.

Tremayne, M. (2017). The Facebook Agenda: Global Social Media News Characteristics. *American Communication Journal* 19(1), 25-35.
Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/313889859_The_Facebook_Agenda_Global_Social_Media_News_Characteristics

Van Dijck, J. & Poell, T. (2013) Understanding Social Media Logic. *Media and Communication* 1(1): 2–14.

Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publices. 183 sider.

Winter, S., Metzger, M., J. & Flannagin, A., J. (2016). Selective Use of News Cues: A Multiple-Motive Perspective on Information Selection in Social Media Environments. *Journal of Communication*, 66 (4), 669-693. Retrieved from
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcom.12241/epdf>

Winter, Stephan, Brückner, Caroline, & Krämer, Nicole, C. (2015). *They Came, They Liked, They Commented: Social Influence on Facebook News Channels* *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 18(8): 431-436. Retrieved
from <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0005>

Webkilder

(Web 1)

Skadhede, J., *Hvor længe overlever de store aviser på papir?*, hentet 3. august, 2017 fra <http://journalisten.dk/hvor-laenge-overlever-de-store-aviser-paa-papir>

(Web 2)

Andersen, J., *Fake news, det postfaktuelle og den algoritmiske kultur*, hentet 10. maj, 2017, fra <http://www.bokogbibliotek.no/fake-news-det-postfaktuelle-og-den-algoritmiske-kultur>

(Web 3)

Facebook, *Sådan fungerer nyheder*, hentet 15. april, 2017, fra <https://www.facebook.com/help/327131014036297> hentet 15. april 2017

(Web 4)

Styrelsen for IT og læring, *Dansk – Fælles Mål og Vejledning*, hentet 4. oktober, 2017, fra <http://www.emu.dk/modul/dansk-fælles-mål-læseplan-og-vejledning#>

(Web 5)

Styrelsen for IT og læring, *It og medier*, hentet 4. oktober, 2017, fra <http://www.emu.dk/modul/vejledning-faget-dansk#afsnit-3-2-it-og-medier>

(Web 6)

Styrelsen for IT og læring, *EMUs formål*, hentet 4. oktober, 2017, fra <http://www.emu.dk/modul/emus-formål>

(Web 7)

Facebook, *Organic Reach on Facebook: Your Questions Answered*, hentet 16. oktober, 2017, fra <https://m.facebook.com/business/news/Organic-Reach-on-Facebook>