

EN MEDIERET DISKURSANALYSE AF UNGES NYHEDSVANER

AF ANNE KATHRINE KAARSBERG HAMBORG
& KRISTINE LIND-NIELSEN

Vejleder: Antonia Lina Krummheuer



Titelblad

Titel: En medieret diskursanalyse af unges nyhedsvaner

Semestertema: Speciale

Semester: 4. semester, Kandidat i Kommunikation

ECTS: 30

Vejleder: Antonia Lina Krummheuer

Antal totalsider: 150

Antal normalsider: 139,6

Antal tegn: 335.212

Antal bilag: 20

Anne Kathrine Kaarsberg Hamborg

Studienr.: 20182570

Kristine Lind-Nielsen

Studienr.: 20185062

Forord

Dette speciale er udarbejdet af Anne Kathrine Kaarsberg Hamborg og Kristine Lind-Nielsen på 4. Semester, Kandidatuddannelsen i Kommunikation, Aalborg Universitet 2023.

Vi vil gerne rette en tak til Antonia Lina Krummheuer, der har vejledt os kyndigt gennem projektforløbet.

God læselyst!



**AALBORG
UNIVERSITET**

Indholdsfortegnelse

1.0 Abstract	1
2.0 Læsevejledning.....	3
3.0 Indledning.....	4
4.0 Problemformulering	6
5.0 Litteraturreview	7
5.1 Relaterede værker	10
6.0 Teoretisk fundament og metodologisk fremgangsmåde	14
6.1 Neksusanalyse og medieret diskursanalyse	14
6.1.1 Baggrund.....	14
6.1.2 Diskursbegrebet i MDA.....	16
6.1.3 Medieret handling og medierede midler	17
6.1.4 Site of engagement.....	17
6.1.5 Praksisbegrebet i MDA.....	18
6.1.6 Nexus of practice (NoP).....	19
6.1.7 Community of Practice (CoP).....	20
6.2 Diskurscyklus	20
6.2.1 Historical body	22
6.2.3 Interaktionsorden.....	22
6.2.4 Stedets diskurser.....	23
6.3 Neksusanalysens tre hovedfaser	23
6.3.1 Fase 1: Engaging the NoP – dataindsamling og typiske dataformer	24
6.3.2 Fase 2: Navigating the NoP	26
6.3.3 Fase 3: Changing the NoP.....	27
7.0 Videnskabsteori og metode	28
7.1 Kvalitativ metode	28
7.1.1 Metodetriangulering.....	29
7.1.2 Det semistrukturerede interview	30
7.1.3 Overvejelser i forbindelse med sampling	32
7.1.4 Fordele og ulemper	34
7.2 Visuel etnografi.....	35
8.0 Vores videnskabsteoretiske ståsted	37
8.1 Socialkonstruktivismen.....	37

9.0 Engaging the nexus of practice	39
9.1 Mediernes rolle i demokratiet.....	39
9.1.1 Hvad er et demokrati?	40
9.1.2 Deltagerdemokratiet	41
9.1.3 Samtaledemokratiet.....	42
9.1.4 Sociale kontrakter i samfundet.....	43
9.1.5 Medier og journalistik.....	44
9.1.6 Krav til journalistikken	45
9.1.7 Journalistikkens krav i samtale- og deltagerdemokrati.....	47
9.1.8 Opsummering.....	49
9.2 Politisk medieregulering i Danmark	50
9.2.1 Definition af public service	51
9.2.2 Udfordringer i forhold til unge.....	51
9.3 Medialisering	53
9.4 Sociale medier	54
9.4.1 Nyheder på sociale medier.....	55
9.5 Bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier.....	59
9.5.1 Fake news.....	59
9.5.2 Algoritmer og filterbobler på sociale medier.....	61
9.5.3 Ekkokamre	62
10.0 Navigating the nexus of practice.....	64
10.1 Organisering af data.....	64
10.2 At blive en oplyst borger	68
10.2.1 Introduktion til nyheder	70
10.2.2 Følelser om nyheder som barn	71
10.2.3 Forandret nyhedsperspektiv fra barn til voksen.....	77
10.3 Involverede sociale aktører i nyhedsformidlingen	80
10.3.1 Medier og platforme	80
10.4 Diskursive meningsdannelser: Mulige trusler mod demokratiet.....	92
10.4.1 Den demokratiske samtale	92
10.4.2 Nyhedsvaner	95
10.4.3 Selektion	96
10.4.4 Underholdning	99

10.4.5 Overskrifter der fanger.....	101
10.4.6 Den digitale tidsalder	106
10.4.7 Algoritmer.....	109
10.5 Opsamling: Etableringen af et fællesskab	113
10.5.1 Historical body.....	114
10.5.2 Interaktionsorden	115
10.5.3 Stedets diskurser	117
11.0 Changing the Nexus of practice	119
11.1 Et paradoks mellem idealer og praksis	119
11.2 En diskurs om negativitet	121
11.3 Hvordan kan man få unge til at fordybe sig i nyheder i en digitaliseret verden?	123
11.4 Underholdende nyhedsformater	125
11.5 Hvordan kan man gøre public service tiltrækkende for unge?	128
11.6 Bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier	130
12.0 Vores bidrag til forskningen.....	134
13.0 Konklusion	135
14.0 Perspektivering.....	138
15.0 Litteraturliste	140
16.0 Bilag	146

1.0 Abstract

This master's thesis presents a mixed methods study that investigates the news consumption habits of young college students on social media platforms and examines their awareness of bias and associated risks. The study aims to explore ways to improve students' media literacy skills in order to navigate the complexities of news consumption in the digital age.

It explores how these platforms shape their understanding of news and whether they are conscious of the biases and potential dangers involved. Additionally, the study explores ways to improve students' media literacy skills to navigate the complexities of news consumption patterns of young college students, shedding light on their level of awareness and suggesting avenues for enhancing their critical thinking and awareness on belonging bias.

Through a combination of quantitative and qualitative approaches, the research investigates the news consumption habits of young college students on social media platforms. This combination of methods is known as method triangulation. We have gathered qualitative data in form of semi-structured interviews with eight Danish college students from Hasseris Gymnasium and we have accessed quantitative data from related work within the subject. By examining existing research reports, the thesis aims to identify patterns and broader insights into the news consumption habits of Danish young individuals on social media platforms. The study's overall methodological approach is nexus analysis and mediated discourse analysis.

Our research findings revealed that the students in this study face challenges in acting as informed citizens in the mediated world. They struggle to maintain their ideal news practices and feel that the news they encounter is not always relevant or presented in an appealing and easily understandable format. Furthermore, our research has revealed that respondents are exposed to societal news primarily through their social networks, notably their parents. This exposure naturally ignites an interest in news engagement and facilitates their participation in democratic discussions. As a result, we can draw the conclusion that the news consumption of our respondents is a multifaceted and ever-evolving process. It encompasses interactions with diverse sources, requiring them to navigate through the challenges of algorithms and social media platforms that intertwine the realms of personal and public information. This intricate nature poses a significant challenge for our respondents in effectively navigating the dynamic news landscape.

In summary, our research has shed light on the paradoxical relationship between ideals and behaviours observed among the college students, revealing the intricate nature of news consumption among young individuals. By uncovering these complexities, our study has enriched the understanding of the challenges and requirements associated with young people's engagement with news. It emphasizes the significance of customizing media content and nurturing critical thinking skills among young citizens. Moreover, our findings have identified key areas that demand further investigation and initiatives to comprehend the underlying factors contributing to this paradox. These efforts aim to develop solutions that align with the preferences and needs of young individuals, thus mitigating the potential risks of a democratic deficit.

2.0 Læsevejledning

Dette afsnit har til formål at præsentere, hvordan specialet skal læses. Vi vil følge American Psychological Association (APA) referencesystemet og citere og referere kilder i overensstemmelse med APA-standarderne.

Når vi nævner et begreb for første gang, angives det i kursiv. Når enkeltstående ord, overskrifter på enten kategorier, titler eller kapitler nævnes, vil vi anvende citationstegn.

Citater, der er kortere end 40 ord, vil blive indskrevet direkte i teksten. Hvis et citat er 40 ord eller længere, vil vi isolere det og indsætte det med indryk på siden. For at tydeliggøre, hvem der siger hvad gennem citater, vil vi fremhæve respondentens navn med fed skrift. I løbet af specialet vil vi også inkludere egne illustrationer og billeder, som vil blive benævnt som f.eks. "Figur 01" eller "Billede 01". Dette gøres for at forbedre læseoplevelsen, så læseren kan se, hvilket materiale vi analyserer, og i hvilken sammenhæng det er indsat. Citationstegn vil også fremgå i forbindelse med anvendelse af citater fra litteratur eller direkte citater fra empiri.

Desuden vil vi i dette speciale anvende forkortelsen "jf." (jævnfør), når vi henviser til tidligere afsnit. Vi vil henvise til overskriften af det pågældende afsnit sammen med sidetallet, som eksempelvis (jf. "Indledning"), for at lette læserens reference og navigering i teksten.

3.0 Indledning

De traditionelle nyhedsmedier oplever udfordringer med at nå de yngre aldersgrupper. Det er en sætning, vi hører oftere og oftere. Vi støder på den i artikler, på universitetet og specielt på vores arbejdsplads, Det Nordjyske Mediehus, der i høj grad fokuserer på, hvordan de dog skal tiltrække de unge og gøre nyheder til noget, der er lige så spændende, som at scrolle på TikTok eller Instagram. Sociale medier har etableret sig som en central platform for nyhedsformidling og informationsspredning, og er især blandt unge en foretrukken kilde til nyheder (bl.a. Slots- og Kulturstyrelsen 2020; Schröder, et al. 2022; Newman, et al., 2022; Mehlsen, 2020). Men denne udvikling har også ført til en række udfordringer, når det kommer til at sikre en nuanceret og sandfærdig nyhedsdækning. Algoritmer, ekkokamre, filterbobler og fake news er blot nogle af de faktorer, der kan påvirke den måde, vi opfatter og forstår nyheder på. I denne sammenhæng er det vigtigt at tage højde for, hvordan nyheder præsenteres på sociale medier, og hvordan man kan imødegå de udfordringer, der følger med den stigende digitalisering og medialisering af nyhedsformidlingen.

I rapporten "Danskernes brug af nyhedsmedier 2022" af Kim Schröder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaard Eberholst har de netop undersøgt, hvordan unge mennesker, i alderen 18-24 år, nyhedsbrug og -vaner faktisk ser ud (Schröder et al., 2022). Undersøgelsen viser, at nyheder er mindre relevante for unge på grund af deres mindre interesse for politik og internationale nyheder, som nyheder i høj grad dækker og består af. Mens 63% af danskerne er interesserede i politiske nyheder, gælder det kun for 39% af de 18-24-årige. For internationale nyheder er forskellen 66% mod 55%. Dog er der ingen forskel mellem unge og befolkningen som helhed i interessen for sundhed, underholdning/kendisser og miljø/klima, da interessen er henholdsvis 33%, 24% og 38% (Schröder et al., 2022, s. 28-29). Derudover konkluderer rapporten, at unge i Danmark tilgår nyheder på en måde, der afskiller sig fra den generelle befolkning. Mens ældre danskere ofte går direkte til et kendt nyhedsmedie (55%) eller via sociale medier (32%), foretrækker 48% af de unge i aldersgruppen 18-24 år at søge nyheder via sociale medier og 34% går direkte til et kendt nyhedsmedie (Schröder et al., 2022, s. 7).

Interessen for dette felt udspringer således i en undren om, hvorvidt unge mennesker interesserer sig for at følge nyhedsstrømmen i sådan en grad, at de kan agere som oplyste borgere, aktivt deltage i den offentlige debat og på et nuanceret grundlag indgå i den demokratiske proces? Som vi ser det, har de unges interesse for nyheder og deres forhold til traditionelle og sociale medier stor betydning for demokratiet og samfundets udvikling. Nyheder spiller en vigtig rolle i at informere borgerne om politiske beslutninger, samfundsmæssige udfordringer

og globale begivenheder. Hvis unge ikke er engagerede i nyheder, risikerer vi at miste en vigtig kilde til en oplyst og informeret offentlig debat. Samtidig kan de udfordringer, der følger med den stigende digitalisering og medialisering af nyhedsformidlingen, påvirke unges opfattelse og forståelse af nyheder. Dette kan have alvorlige konsekvenser for demokratiet, hvis unge ikke er i stand til at skelne mellem nuancerede og sandfærdige nyheder og desinformation. Men hvordan ser unges nyhedsvaner faktisk ud i praksis? Det har vi sat os for at undersøge.

Unge nyhedsvaner og medieforbrug er dækket grundigt af kvantitative undersøgelser, og der findes en stor mængde data, der netop omkredser vores undersøgelsesfelt (bl.a. Slots- og Kulturstyrelsen 2020; Schrøder, et al. 2021; Newman, et al. 2022; Mehlsen, 2020), som vi i dette speciale ønsker at søge mere dybdegående, kvalitative forklaringer på.

Formålet med vores speciale er at undersøge danske gymnasieelevers nyhedsvaner, og hvad de tænker om de bias, der er i forbindelse med nyhedskonsumering på sociale medier. Hertil vil vi undersøge, om de på baggrund af deres praksisser kan agere som oplyste borgere, deltage aktivt i den offentlige debat og på en nuanceret måde deltage i den demokratiske proces.

Vi har valgt gymnasieelever som vores undersøgelsesobjekt, da de er en aldersgruppe, der i høj grad benytter sociale medier som deres primære kilde til nyheder og dermed er mere sårbare over for bias. For gymnasieelever, der er i en afgørende fase i deres liv, hvor de begynder at forholde sig aktivt til samfundet, kan det være særlig vigtigt at have en forståelse af, hvordan nyheder og information på sociale medier kan påvirke deres opfattelse af virkeligheden. Vores mål er at afdække de holdninger, bekymringer og refleksioner, som gymnasieelever har i forhold til nyheder og bias gennem deres medierede og sociale handlinger. Vi ønsker at forstå, hvordan de vurderer troværdigheden af nyheder på sociale medier, hvordan de navigerer mellem forskellige kilder og hvordan de reagerer på forskellige former for bias.

Vi er opmærksomme på, at vores undersøgelse har visse begrænsninger, da den er baseret på et specifikt geografisk område og en specifik aldersgruppe. Derfor vil vores resultater ikke nødvendigvis være generaliserbare for alle unge mennesker. Vores mål er at berige forskningen inden for feltet ved at udføre et kvalitativt studie i en specifik lokal kontekst, hvor vi sammenholder vores resultater med den eksisterende førende forskning på området. Selvom tidligere forskning også har benyttet sig af delvise kvalitative studier, sigter vores rapport mod at gå dybere og give de unge mulighed for aktivt at deltage i undersøgelsen i samarbejde med os som forskere. På den måde håber vi at opnå en dybere forståelse og potentielt bidrage med ny viden til feltet, som andre forskere kan teste i andre lokale kontekster med repræsentanter fra samme aldersgruppe, der kan være både ensartede og forskellige.

4.0 Problemformulering

Vi ønsker at undersøge, hvilke vaner og holdninger, der er forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier hos gymnasieelever samt om gymnasieeleverne er bevidste om de bias (såsom algoritmer, ekkokamre, filterbobler, fake news), der er forbundet herved – 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. I forlængelse af det har vi udformet følgende problemformulering:

Hvordan påvirker danske gymnasieelevers nyhedsvaner deres evne til at agere som informerede samfundsborgere og deltage aktivt i den offentlige debat på en kritisk og nuanceret måde og deres bevidsthed omkring bias i nyhedsstrømmen?

5.0 Litteraturreview

Vi har valgt at udarbejde tre litteraturreviews på baggrund af Diana Ridleys værk “The Literature Review. A Step-by-Step Guide for Students” fra 2008. Et litteraturreview er en gennemgang af tidligere forskning inden for et bestemt område (Ridley, 2008, s. 1). I denne del af specialet vil vi undersøge og analysere referencer fra andre forskere inden for vores felt for at skabe en forbindelse mellem vores egen forskning og den eksisterende viden (Ridley, 2008, s. 3). Litteraturreviewet hjælper os med at identificere relevante teorier og metoder, der kan bruges i vores egen undersøgelse og give os en bedre forståelse af de problemstillinger og undersøgelser, der allerede er foretaget på området. Vi vil også bruge litteraturreviewet til at positionere os i feltet og vise, hvordan vores forskning bygger videre på tidligere forskning (Ridley, 2008, s. 3). Litteraturreviewet vil være et centralt element i vores speciale, da det vil fungere som en drivkraft og et solidt afsæt for hele projektet. Det vil også hjælpe os med at forme vores problemformulering og senere analysere og behandle vores data (Ridley, 2008, s. 3).

Vi ønsker at undersøge og analysere den eksisterende forskning og viden inden for et bestemt område i denne litteraturgennemgang. Formålet er at bestemme, hvordan vores egne bidrag kan supplere den nuværende viden på området og finde relevant litteratur om emnet. Vi har udført en litteratursøgning ved hjælp af flere kilder, herunder AUB-bibliotek og Google Scholar. Vi har hertil kun anvendt videnskabelige artikler, som er peer-reviewed, for at sikre, at vores materiale er forskningsgodkendt. Vores primære søgeord har været: “Unge”, “medier”, “nyheder”, “nyhedsmedier”, “vaner”, “nyhedsvaner”, “young people”, “news”, “habits”, “sociale medier”, “news consumption”, “social media” og “bias”, da dette gav os det største antal relevante artikler inden for vores undersøgelsesfelt.

Litteratursøgningen præsenterede os for en bred vifte af artikler fra forskellige forskningsområder. For at reducere antallet af artikler, har vi primært fokuseret på artiklernes abstracts og konklusioner. I det følgende vil vi præsentere den litteratur, som vi fandt relevant i forhold til vores speciales undersøgelsesfelt.

Den eksisterende litteratur omhandler i høj grad, hvordan det ændrede medielandskab påvirker traditionelle nyhedsinstitutioner, og hvordan ændringer i brugeradfærd påvirker receptionen af nyheder, da flere og flere mennesker søger nyheder på sociale medier. Som flere forskere har påpeget, herunder os selv, rejser det faktum, at en stadig større del af individernes nyhedsforbrug flyttes til sociale medier, bekymringer om indholdets pålidelighed og gennemsigtigheden af algoritmerne, der styrer indholdet.

Ved at udføre et litteraturreview vil vi kunne positionere vores forskning i forhold til den eksisterende viden og beskrive det større billede, som danner baggrund for vores arbejde og vores bidrag til forskningen (Ridley, 2008, s. 6). Forskning eksisterer ikke isoleret, og derfor er det vigtigt for os og vores læsere at have en god forståelse af tidligere forskning og vores bidrag til dette felt (Ridley, 2008, s. 6). I de kommende afsnit vil vi beskrive vores metodiske tilgang til udarbejdelsen af vores litteraturreview.

Fremgangsmåde

Vi har valgt at anvende en systematisk tilgang til at organisere vores videnskabelige litteraturfund. Dette omfatter oprettelsen af et Excel-ark, hvor vi har opstillet vores resultater baseret på søgeord. Vi har også bemærket, at mange af vores søgninger har overlappende resultater på tværs af forskellige databaser, men har valgt at dokumentere hver enkelt forekomst for at sikre vores metode og bekræfte relevansen af vores valgte artikler. For at sortere vores resultater efter relevans, har vi farvekodet dem med grøn, gul og rød, hvor de grønne resultater er mest relevante og tættest på vores emne. Denne kategorisering har hjulpet os med at udvælge de endelige artikler, der vil indgå i vores litteraturgennemgang. Vi har gennem Ridleys guide valgt at kategorisere og opdele de relaterede værker i tre dele: “Introduktion og felt”, “Teori og metode” og “Diskussion og konklusion” (Ridley, 2008, s. 24). Nedenfor ses en overordnet opdeling:

Introduktion og felt	Teori og metode	Diskussion og konklusion
<i>Hvad undersøger de?</i> Gennem denne kategori får vi en forståelse for feltet og bliver introduceret for værkets forskning. Ligeledes giver denne kategori os mulighed for at finde eventuelle huller i forskningen og derved lade os se, hvordan vores speciale kan bidrage til forskningen (Ridley, 2008, s. 24).	<i>Hvordan analyserer de?</i> Her bliver værkets teorier og metoder præsenteret, som kan skabe inspiration til vores empiriske materiale (Ridley, 2008, s. 24).	<i>Hvad finder de frem til?</i> Slutteligt vil det være muligt at fremme værkets diskussion og konklusion og her opsummeres værkets vigtigste pointer. Konklusionen kan her relateres til specialets overordnede formål. Her vil det ligeledes være muligt at vurdere, hvad der eksempelvis mangler at blive undersøgt på området, ved at fremsætte en faglig begrundet undren i forhold til emnet (Ridley, 2008, s. 24).

Figur 01: *Illustration af kategorisering af litteraturreview.*

Samlet set tjener litteraturreviewet blandt andet at give en præcis og klar introduktion til emnet og problemstillingen, inddrage og diskutere relevante og relaterede værker og afrunde med en konklusion, der relaterer sig tydeligt til opgavens formål. Vi anvender således vores litteraturreview til at positionere os i forhold til vores indsigt i eksisterende forskning. Dette viser både vores forståelse af feltet og vores engagement i dialog med andre forskere inden for emnet (Ridley, 2008, s. 24). Vi har valgt at omtale de følgende litteraturreviews som 'Relaterede værker'.

5.1 Relaterede værker

Det videnskabelige felt omhandlende unge, deres nyhedsvaner og bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier er relevant at beskæftige sig med i et forskningsøjemed, da disse platforme spiller en vigtig rolle i etableringen af mange sociale praksisser. Dette litteraturreview har således til formål at undersøge dele af den eksisterende forskning på området, der handler om unges vaner i forhold til nyhedskonsumering på sociale medier (sociale handlinger), og hvilken rolle diskursen spiller i pågældende handlinger, hvilket har til hensigt at bidrage til at kontekstualisere vores undersøgelse. Den eksisterende forskning har tillige haft den betydning, at den har kunne spore os i retningen af relevante arbejds spørgsmål og tematikker for vores undersøgelse. Vores mål er at udbrede feltet for at kunne positionere os og legitimere vores interesse i feltet. Vi har udvalgt tre relaterede værker, som vi vil præsentere nedenfor. Derudover har vi udformet mere dybdegående litteraturreviews af de tre relaterede værker, der findes i bilag 17, 18 og 19.

Vi ønsker at undersøge unge mellem 18-24 års nyhedsvaner i en medieret verden, og i den forbindelse finder vi rapporten "MFI undersøger Influencere – de nye unge mediehuse" af Camilla Mehlsen (2020) relevant at afdække. Rapporten bygger på en omfattende empirisk undersøgelse og analyse, og er noget af den nyeste, danske forskningslitteratur på området. Vi finder, at rapportens datasæt supplerer specialets problemfelt og er behjælpelig med at besvare dette med kvantitative data, som vi ikke selv genererer. Rapporten beskæftiger sig med influencer-kulturen i Danmark og de nye mediehuse, der er opstået omkring influencerne. Gennem dette relaterede værk vil vi således undersøge rapportens konklusioner om unges nyhedsvaner og deres relation til influencer-kulturen.

Mehlsens rapport er velfunderet og bygger på omfattende empirisk undersøgelse og analyse. Undersøgelsen bygger på data fra over 1000 respondenter fra 21 gymnasiale uddannelser, eksperter og influencere. Studiet fremlægger både resultaterne fra kvalitative og kvantitative

undersøgelser, der baserer sig på interview med seks eksperter fra forskning og mediebranchen, tre interview med influencere, to fokusgruppeinterview med i alt 14 gymnasieelever samt en repræsentativ survey blandt 1.010 gymnasieelever med en gennemsnitsalder på 17,7 år (Mehlsen, 2020, s. 9).

Rapporten beskriver, hvordan udbredelsen af de sociale medier har medført, at de traditionelle medier har mistet monopol på at være kanaler til en bredere offentlighed og diskuterer, hvordan influencer-kulturens udvikling i Danmark påvirker medieindustrien. Rapporten viser, at influencer-kulturen har fået en stadig større betydning for medieindustrien i Danmark. De nye mediehuse, der er opstået omkring influencerne, udgør en voksende sektor, og influencer-marketing er blevet en vigtig indtægtskilde for mange virksomheder. Rapporten viser, at mange unge i Danmark får deres nyheder fra sociale medier og influencerne, de følger. Dette skyldes blandt andet, at influencerne ofte deler nyheder og information om emner, som de unge interesserer sig for. Mehlsen påpeger også, at influencerne har en stor indflydelse på unges holdninger og meninger om politik og samfund, og at de dermed kan have en betydelig indflydelse på unges samfundsengagement og politiske deltagelse. Rapporten peger også på, at influencerne kan have en positiv effekt på unges samfundsengagement og politiske deltagelse, men at der samtidig er risiko for, at influencerne kan sprede misinformation og bias. Rapporten giver et vigtigt indblik i unges forhold til influencer-kulturen og kan være nyttig for forskere som os, der arbejder inden for dette felt. Mehlsens rapport kan siges at være i tråd med tidligere forskning på området, og selvom rapporten benytter sig af kvalitative data i form af interviews med influencere og et fokusgruppeinterview med fokus på at undersøge de unges opfattelser af og holdninger til influencere, unges tillid til influencere samt unges brug af indhold fra influencere, er vores fokus snarere på unges nyhedsvaner, som vi søger mere dybdegående, kvalitative forklaringer på i dette speciale. Vi finder derfor hovedsageligt Mehlsens kvantitative data relevante, da disse data centrerer sig mere om unges nyhedsvaner og valg af medier.

For at kunne sætte vores problemfelt i global kontekst finder vi det relevant at inddrage en global og aktuel undersøgelse af nyhedsforbrug og medievaner blandt voksne og unge. Her har vores litteratursøgning vist, at Reuters Institute Digital News Report 2022 er det bedste bud på litteratur, der lever op til dette. Dette litteraturreview vil undersøge rapportens konklusioner om unges nyhedsvaner og deres adfærd på digitale platforme (Newman et al., 2022).

Litteraturen til dette relaterede værk er baseret på Reuters Institute Digital News Report 2022, der er en omfattende empirisk undersøgelse og analyse, der involverede mere end 100.000 respondenter fra 46 lande. Reuters Institute Digital News Report 2022 er en årlig rapport, der er udgivet af Reuters Institute for the Study of Journalism ved University of Oxford, der netop giver indsigt i, hvordan nyheder forbruges på tværs af forskellige lande og regioner i verden. Rapporten viser, at unge i mange lande fortsat er mindre tilbøjelige til at bruge traditionelle nyhedsmedier end ældre voksne. I stedet foretrækker de digitale platforme som sociale medier og apps til at få deres nyheder. De mest populære nyhedskilder blandt unge er YouTube, Instagram og Snapchat, hvilket harmonerer med Mehlsens (2020) konklusioner om, at flertallet af unge bruger Facebook og Instagram som deres foretrukne nyhedskilder, og at det især sociale medier som Facebook, Instagram, Snapchat og YouTube, der bliver brugt af flertallet af respondenterne (s. 5). Herudover viser Reuters Institute Digital News Report 2022, at brugen af TikTok til nyheder er steget fem gange blandt 18-24-årige på tværs af alle markeder på bare tre år, fra 3% i 2020 til 15% i 2022 (Newman et al., 2022, s. 42), hvortil Mehlsens (2020) data viser, at 58 procent af hendes respondenter bruger TikTok til nyheder. Rapporten viser også, at unge er mere tilbøjelige til at dele nyheder på sociale medier end voksne, og at de generelt er mindre kritiske over for nyheder, de ser på digitale platforme. Reuters Institute Digital News Report 2022 viser, at unges nyhedsvaner og adfærd på digitale platforme fortsat adskiller sig fra ældre voksne. Unge foretrækker digitale platforme som sociale medier til at få deres nyheder og er mere tilbøjelige til at dele nyheder på disse platforme. Der er også tegn på, at unge er mindre kritiske over for nyheder, de ser på digitale platforme, hvilket kan have betydelige konsekvenser for deres forståelse af nyheder og samfundet generelt (Newman et al., 2022, s. 42). Rapporten giver således et vigtigt indblik i unges nyhedsvaner med kvantitative data, der er nyttige for at kunne besvare vores problemfelt. Vi søger mere kvalitative og nuancerede svar på at kunne italesætte, hvorfor unges nyhedsvaner er, som de er, som denne rapport ikke fokuserer på.

Ligeledes har vi fundet artiklen "Incidental News: How Young People Consume News on Social Media" (2017) af Eugenia Mitchelstein og Mora Matassi, der undersøger, hvordan unge mennesker tilfældigt kommer i kontakt med nyheder på sociale medier. Dette litteraturreview vil undersøge artiklens konklusioner om unges tilfældige nyhedskonsumering og deres forhold til nyheder på sociale medier, hvilket kan konnekteres til vores problemfelt om unge og deres forhold til nyheder på sociale medier. Artiklen viser, at unge mennesker ofte kommer i kontakt med nyheder på sociale medier, selvom de ikke aktivt søger efter dem. Dette tilfældige nyhedskonsum er en konsekvens af sociale mediers design, som prioriterer brugerengagement

og anbefaler indhold baseret på brugernes tidligere adfærd. Artiklen viser også, at unge ofte ser nyheder på sociale medier, der er relateret til deres interesser og netværk, hvilket kan føre til en fragmentering af nyhedsdækningen og en begrænset forståelse af samfundet (Mitchelstein & Matassi, 2017, s. 1785). Artiklen tager udgangspunkt og undersøger unge i Argentina, hvilket er valgt med et ønske om et alternativ til det USA-centrerede geografiske fokus, som ofte er i fokus i langt de fleste undersøgelser af teknologiske og kulturelle praksisser i sociale medier (Mitchelstein & Matassi, 2017, s. 1785).

Ydermere viser artiklen, at unge mennesker tilfældigt kommer i kontakt med nyheder på sociale medier, hvilket kan have en betydelig indflydelse på deres forståelse af samfundet. Dette tilfældige nyhedskonsum er en konsekvens af sociale mediers design, som prioriterer brugerengagement og anbefaler indhold baseret på brugernes tidligere adfærd (Mitchelstein & Matassi 2017, s. 1786). Artiklen giver et vigtigt indblik i unges tilfældige nyhedskonsumering og den dynamik, der kan forekomme i nyhedsforbruget på sociale medier. Ligesom i vores speciale har Mitchelstein og Matassi foretaget semistrukturerede interviews for at komme nærmere forklaringer fra de unge om, hvilke tanker de gør sig, når de tilgår nyheder. Eftersom artiklen er formet i 2017 og tager udgangspunkt i unge fra Argentina, kan vi blot drage inspiration heraf.

6.0 Teoretisk fundament og metodologisk fremgangsmåde

I dette afsnit vil vi introducere neksusanalysen og medieret diskursanalyse som vores overordnede rammeværktøj og metodologiske tilgang for specialet. Vi vil herefter præsentere vores videnskabsteoretiske grundlag, der beskriver det verdenssyn, vi arbejder ud fra, samt vores tilgang til vores empiriske materiale.

6.1 Nexsusanalyse og medieret diskursanalyse

I følgende afsnit vil vi præsentere det teoretiske afsæt, som indeværende speciale tager udgangspunkt i. Vi har valgt at beskæftige os med en af de nyere teorier inden for det diskursanalytiske felt, der kaldes *Medieret diskursanalyse* (MDA) samt *Neksusanalyse* (NA), der netop er den metodologiske tilgang, der knytter sig til MDA (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). Vi vil fremadrettet referere til medieret diskursanalyse ved at anvende forkortelsen MDA og forkortelsen NA, når vi refererer til neksusanalysen.

Tilgangen kombinerer både en etnografisk metodisk tilgangsvinkel med diskursanalyse, og Larsen & Raudaskoski (2016) fastslår, at medieret diskursanalyse skal forstås som den egentlige teori, mens neksusanalysen tilbyder et fleksibelt metodologisk rammeværk for, hvordan man kan foretage en konkret undersøgelse ved brug af denne teoretiske tilgang (s. 89). Vi anvender således både neksusanalysen til at rammesætte vores opgave, men samtidigt anvender vi også neksusanalysen som vores metodologiske tilgang til vores dataindsamling og analyse (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103). Som empirisk grundlag for ens undersøgelse foreskriver teorien, at forskningen tager udgangspunkt i etnografiske undersøgelser, der er foretaget over en længere periode (Scollon & Scollon, 2004, s. 152). Det har vi ikke tænkt os at gøre i dette speciale, så derfor anvender vi blot de relevante centrale begreber fra MDA's teoretiske værktøjskasse. Hvordan brugen af disse centrale begreber vil blive anvendt i specialet, præsenterer vi i den følgende gennemgang af teorien. Herudover vil vi ligeledes uddybe, hvordan vi anvender teorien i vores analyse.

6.1.1 Baggrund

MDA er udviklet af den amerikanske diskursanalytiker Ron Scollon, der også har udviklet NA i samarbejde med Suzie Scollon (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Denne gren har sin oprindelse inden for det diskursanalytiske felt, hvor Scollon særligt har fundet inspiration i den kritiske diskursanalyse, men MDA og NA kan siges at have en anden indgangsvinkel end andre diskursanalytiske tilgange (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 91). MDA og NA fokuserer som

udgangspunkt ikke på sproget, som ellers spiller en central rolle i andre diskursanalytiske retninger, hvor forskeren netop ser på sprog i konkrete analyser af det sociale (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). I MDA og NA findes den primære interesse snarere i menneskers sociale handlinger, der bliver medieret af kulturelle artefakter, hvorunder sproget ganske vist ofte er en af de artefakter, der medierer sociale handlinger. Dermed kan det siges, at vi er mere interesserede i de sociale handlinger, der er tæt forbundet med habitus, der dækker over vores vaner, regler og erfaring gennem tid, frem for diskurser og sprog (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90): “[...] reformulate the object of study from a focus on the discourses of social issues to a focus on the social actions through which social actors produce the histories and habitus of their daily lives (Scollon, 2001a: 140).

Den diskursive praksis anskues således som én form for social praksis, men ikke som den eneste (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Larsen & Raudaskoski (2016) pointerer, at det i arbejdet med MDA er vigtigt at være åben for, at andre kulturelle artefakter tillige kan have indflydelse på den måde, hvorpå vi handler (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 89). Scollon og Scollon er dermed snarere interesserede i lokale konstruktioners betydninger anskuet ud fra et sociohistorisk perspektiv. Vi ser således nærmere på, hvordan disse konstruktioner er skabt på baggrund af tidligere erfaringer, situationer og steder, og hvordan de er med til at skabe fremtiden (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92).

MDA og NA er to tilgange, der hænger uløseligt sammen, netop fordi NA er udledt af MDA (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92). Det kan siges, at “NA er en udvidelse af ideerne bag MDA og et forsøg på at brede kompleksiteten ud til at integrere både ‘mikro’- og ‘makro-elementer’” (Norris & Jones, 2005a, s. 18; Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Med NA har vi således både fokus på konkrete handlinger samt tilfælde af sprogbrug i praksis og på de institutionelle og samfundsmæssige strukturer, der omkredser vores undersøgelsesfelt, samt hvordan disse enheder er gensidigt koblet sammen (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Man kan således anvende MDA og NA til at kigge nærmere på, “hvordan diskurs og sociale relationer bliver medieret ved hjælp af mennesker, interaktioner, artefakter, tid og rum” (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). I MDA spørger forskeren altid: ”Hvilke(n) social(e) handling(er) finder sted her?” og derefter ”Hvilken rolle spiller diskurs i de(n) handling(er)?” (Jones og Norris 2005; Scollon 2001) for at få svar på, hvilke sociale aktører, medierede handlinger og medierende midler, der er relevante i forhold til det felt, vi undersøger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 90). Forskeren kan således bruge MDA og NA til at løse problemer i samfundet ved at anvende det fleksible rammeværk til at håndtere empirisk baserede forskningsspørgsmål

(Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 91). Vi mener derfor, at denne tilgang stemmer godt overens med den problemorienterede læring, som vi netop beskæftiger os med på Aalborg Universitet.

6.1.2 Diskursbegrebet i MDA

Som tidligere nævnt er Scollon inspireret af tankerne bag kritisk diskursanalyse, men hans anke mod tilgangen er, at han ikke mener, at den kan forklare forholdet mellem diskurs og handling, fordi den er for tekst- og diskursorienteret (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 91). Scollon påstår, at en forsker ikke får meget ud af udelukkende at analysere diskurs som sprog gennem eksempelvis interviews, netop fordi det, interviewpersonen siger i og om sin sociale praksis, ikke nødvendigvis stemmer overens med den habitus, personen i virkeligheden har (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92). Han mener derfor, at det metodologisk er problematisk “at studere diskurser *om* handlinger snarere end selve handlingerne, fordi social handling er rodfæstet i praksis (habitus, vilje og dømmekraft)” (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92). Hvis man kun analyserer diskurs (skrevne tekster/talte ord), vil man altså, ifølge Scollon, forstå meget lidt af, hvad der foregår i sociale situationer, eller hvad de enkelte diskurser betyder. Betydningerne ligger nemlig i selve handlingerne: “[...] whatever it is that people say in and about their social actions, these discourses are not likely ever to grasp the bases in habitus for these actions which are largely outside of the awareness of social actors” (Scollon, 2001, s. 145).

I dette speciale forsøger vi at imødekomme Scollon og Scollons tanker ved at først og fremmest at tilegne os en bred forståelse for vores undersøgelsesfelt og de sociale aktører i den første del af analysen. Vi vil således tilegne os viden om informanternes nyhedsvaner gennem semistruktureret interviews samt visuel etnografi, netop for at få et indblik i deres faktiske sociale handlinger, når de konsumerer nyheder. Når det i vores tilfælde ikke er muligt at gennemføre en egentlig etnografisk undersøgelse over tid, anser vi, at dette er en måde, hvorpå vi kan få et indblik i informanternes sociale handlinger samt behandle de problemstillinger, som vi måtte støde på i vores undersøgelse. Målet er, at vi ved brug af denne metodologiske tilgang og teoretiske grundlag til stadighed kan udvide analyseparametrene i sådan en grad, der kommer til at omfatte de historiske, sociale, kulturelle og politiske processer, der har gjort de specifikke medierede handlinger, som vores informanter fra Hasseris Gymnasium udøver i praksis, mulige. Vi er således opmærksomme på, at Scollon og Scollon ikke anser transskriptioner af interviews som værende fyldestgørende empirisk grundlag, men vi mener til stadighed, at kombinationen af konkrete her og nu-handlinger samt det, at informanterne verbaliserer deres

habitus og situerede dømmekraft resulterer i tilfredsstillende data. Dette vil vi beskrive nærmere i afsnittet "Kvalitativ metode".

Vi vil nu præsentere en række begreber, der er centrale inden for MDA og NA, og som vi vil anvende i vores analyse.

6.1.3 Medieret handling og medierede midler

Når vi taler om en *medieret handling* som grundbegreb, henviser det til det dialektiske forhold, der eksisterer mellem handling og kulturelle artefakter, der netop er grundlaget for handling (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Taler vi om *medierede midler* henviser begrebet både til de semiotiske og psykologiske værktøjer (sprogbrug) og over materielle værktøjer, så som computere, medier, møbler, design, tøj bevægelser og så videre (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Derudover kan mennesker også fungere som medierede midler. I MDA lyder en central pointe, at alle medierede midler, er sociohistorisk situeret, hvorfor vi deltager i større diskurser, når vi tager medierende midler i brug (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Brugen af medierede midler sker således altid i en dialektisk interaktion med de strukturer, der knytter sig den habitus, der er danner grundlag for den netop udførte handling. Vi benytter således sprog, teknologier og andre medierede midler med afsæt i vores erfaringer (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94). Med MDA vil vi således først se på selve den sociale handling og dernæst på, hvilken rolle diskursen spiller (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 94-95).

6.1.4 Site of engagement

Begrebet *site of engagement* dækker over det tidspunkt og sociale rum, hvor den medierede handling sker. Med andre ord dækker begrebet over de sociale omstændigheder, der netop åbner op for, at den medierede handling er mulig (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 95-96): "This is the real-time window that is opened through an intersection of social practices and mediational means [...] that make that action the focal point of attention of the relevant participants" (Scollon, 2001, s. 3-4). Larsen og Raudaskoski (2016) fastslår, at disse medierede handlinger, der finder sted, er unikke, fordi de aldrig vil finde sted igen i præcis samme kombination (s. 95-96):

Building on the notion of the mediated action, we situate action in a unique historical moment and material space when separate practices such as sitting at a table, writing on a paper with a pencil, handing the paper to a waiter, come together in

real time to form an action such as paying for a meal at a restaurant. Site of engagement makes reference to a single token of the type (Scollon & Scollon, 2004, s. 12).

Et “site of engagement”, eller et handlingsøjeblik, går således over i historien. Et eksempel herpå kunne være et øjebliksbillede af et screenshot af en medieret handling, der er taget af en respondent, samt beskrivelsen af dette handlingsøjeblik, der hermed udgør et ganske unikt øjeblik. Det er disse konkrete sites of engagements fra vores respondenter, der er analysens fokus, fordi disse handlingsøjeblikke udgør det empiriske grundlag (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 95-96).

6.1.5 Praksisbegrebet i MDA

Larsen og Raudaskoski (2016) fastslår, at en medieret handling kun kan forstås i forhold til praksis (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96-97). Grunden til dette er, at en medieret handling er resultatet af den nødvendige sammenvævning, der forekommer mellem social praksis og medierede medier, der netop reproducerer sociale grupper, livshistorier og identiteter (Scollon 2001a; 2001b). Praksis er tæt forbundet med habitus, og handlinger reproducerer således sociale strukturer, der ikke kun bliver gentaget i en specifik situation:

A practice is a historical accumulation within the habitus/historical body of the social actor of mediated actions taken over his or her life (experience) and which are recognizable to other social actors as ‘the same’ social action (Scollon 2001a, s. 149).

På denne måde producerer vi fortolkninger og forståelser af verden, som vi netop baserer på vores egne erfaringer, som vi tilmed antager, at andre mennesker kan relatere til og genkende (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96). MDA behandler således praksisbegrebet forholdsvis snævert. Et eksempel på en sådan praksis kunne være “at pege”, der netop kan finde sted på forskellige måder i forskellige situationer (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96-97). Når den samme konkrete handling såsom “at pege” bliver brugt og forstået af majoriteten af deltagere på den samme måde, er der tale om en *social* praksis (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96-97). Således er en medieret handling, der kan betragtes som et enkelttilfælde af en kæde af handlinger med en historie, være et eksempel på social praksis (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 96-97). Dermed fastslår Larsen og Raudaskoski (2016), at mennesker er en del af og indgår i

komplekse netværk af ofte rutinerede sociale praksisser, der altid er tillærte (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97).

Vi vil, i de følgende afsnit, kort drøfte to typer af grupper, værende Nexus of practice (NoP) og Community of practice (CoP), hvor medlemmerne danner dem gennem sociale praksisser.

6.1.6 Nexus of practice (NoP)

Det næste centrale begreb, som vi vil præsentere, er *the nexus of practice*, der også går under forkortelsen 'NoP'. NoP dækker over det felt, hvor mennesker, diskurser, steder og medierende midler udspringer i en konkret handling (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Oprindeligt betyder ordet "nexus" "a link between two different ideas or objects which links them in a series or network" (Scollon & Scollon, 2004, s. 8). Det betyder således, at NoP kan ses som en række- eller et netværk af objekter, og begrebet blev udviklet for at kunne afgrænse situationer, der har fællestræk, men ikke kan betragtes som værende et praksisfællesskab (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Når et site of engagement er gentagende, altså når vi trækker på erfaring fra tidligere for at udføre en handling, er det et NoP (Scollon & Scollon, 2004, s. 12). Et NoP er således en handlingstype, og ikke et bestemt handlingsøjeblik. Et NoP kunne eksempelvis være, at det er ret bekvemt at betale med kreditkort på en restaurant, hvorimod et site of engagement er, at man betaler tjeneren og går. Det er dermed væsentligt at pointere, at begrebet ikke dækker over et fysisk sted, men snarere over genre af aktiviteter og de mennesker, der netop indgår i disse aktiviteter (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97).

Dette betyder imidlertid også, som med alle de andre begreber inden for MDA, at forståelsen af hvad der er et NoP, kan opfattes forskelligt fra person til person, hvorfor deltagerens situerede forståelse er central (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97). Scollon definerer NoP som en specifik diskurs eller et aktivitetssystem, hvor deltagerne har lært at tackle de forskellige praksissituationer nogenlunde ens. Det betyder således, at deltagerne er en del af samme NoP, hvis deres erfaringer og forståelser af de forskellige situationer ligner hinanden og de dermed agerer ens (Scollon, 2001b, s. 71; Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97-98). Ved brug af dette begreb kan man, ifølge Larsen og Raudaskoski, behandle interkulturelle forskelle som divergens mellem habitus, det vil sige livserfaringer (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97-98). Eksempler på typiske neksuspraksisser findes offentlige steder, såsom eksempelvis at tage bussen, få en kop kaffe på en café, deltage i en demonstration eller logge på Facebook. Selvom man

ikke nødvendigvis kender de andre deltagere, ved man altså nogenlunde, hvordan man deltager i disse praksisser (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 97-98)

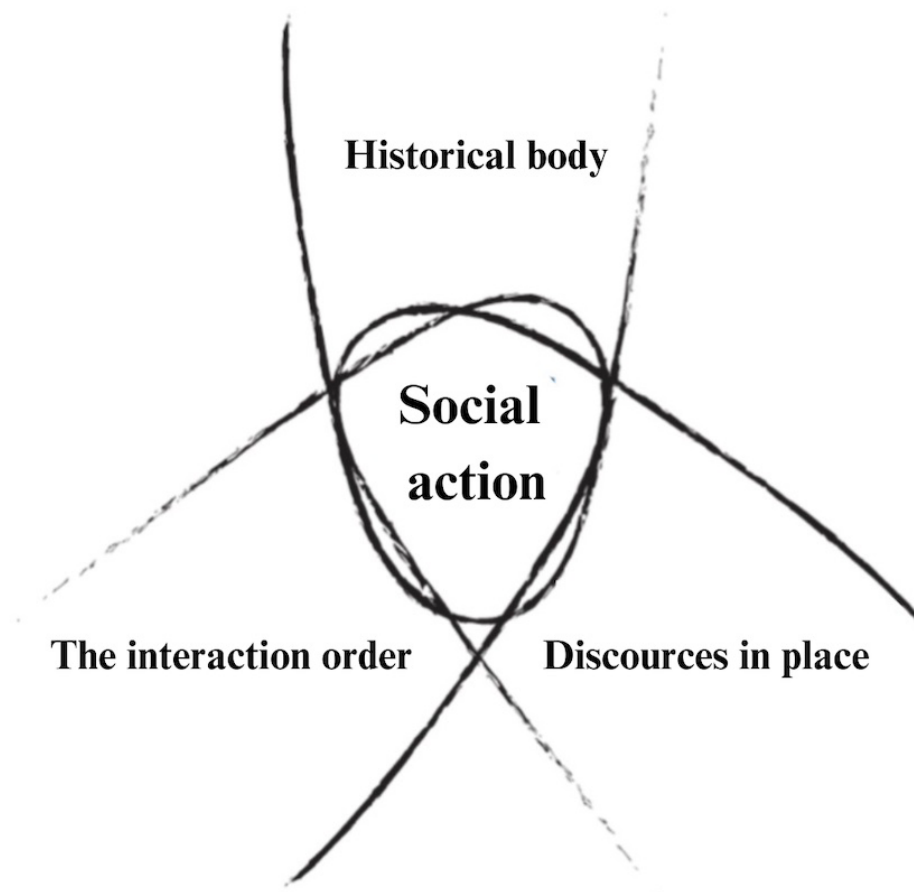
6.1.7 Community of Practice (CoP)

Som modstykke til NoP, der opfattes som et løst fællesskab, dækker *community of practice* (CoP) over en sammenknyttet gruppe af mennesker, “der kender hinanden godt og med jævne mellemrum interagerer med hinanden med et fælles formål for øje” (Scollon 2001a: 151). I forhold til vores undersøgelse, kan man argumentere for, at gymnasieeleverne netop indgår i et CoP både på skolen og online. På sociale medier kan de eksempelvis være medlemmer af en gruppe med en fælles gruppeidentitet, hvor de er helt bekendte med, hvem der gør hvad (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 98). Man kan eksempelvis betragte unges brug af sociale netværkssider som et NoP, der netop er et meget løst forbundet fællesskab eller netværk, der består af en lang række forskellige CoP’er som eksempelvis venskabsgrupper på Snapchat eller interessefællesskaber på Instagram og Facebook. Som forskere kan det siges, at vi står udenfor dette CoP, som de gymnasieelever, der deltager i vores undersøgelse end måtte have, hvorfor vi i dette speciale i højere grad er interesseret i at undersøge gymnasieelevernes NoP. I og med vi selv har et stort kendskab til nyhedskonsumering online på sociale medier og sociale medier generelt, kan det siges, at vi i højere grad har adgang til at forstå betydningen, når respondenterne beskriver deres medierede handlinger og medierede midler. Udover dette er formålet med vores analyse heller ikke at fokusere på et eksplicit medlemskab i en gruppe, men snarere på det enkelte individ og deres praksis.

6.2 Diskurscyklus

Scollon og Scollon har udviklet NA, fordi det, ifølge dem, kan være svært at gennemføre en medieret diskursanalyse, fordi “in some real sense just about everything we might know about can circulate through any particular moment of human action” (Scollon og Scollon, 2004, s. 19). Ved brug af NA som metodologisk rammeværk muliggør det således, at vi om ikke andet kan identificere de mest signifikante elementer for en videre analyse og hermed udvide analysefeltet (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99). Som tidligere nævnt tager MDA og NA netop udgangspunkt i at forstå medierede handlinger, midler og aktører som noget, der altid er en del af en sociohistorisk proces, hvorfor de har en fortid og er med til at skabe en fremtid (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99). Dermed lægger analysen op til, at vi ikke blot kontekstafhængigt analyserer specifikke situationer, men i stedet retter fokus mod en lang række omkredsede

faktorer ved at undersøge, hvordan medierede handlinger i et konkret site of engagement relaterer sig til andre steder, praksisser og diskurser (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99). I forbindelse med dette bliver det relevant at se nærmere på begrebet *diskurscyklus*, der netop dækker over den opfattelse, at social handling opstår i krydsfeltet mellem deltagernes livserfaring, stedets diskurser samt den interaktionsorden, der er gældende i den konkrete situation (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 99-100). Denne cyklus er illustreret i nedenstående model:



Figur 02: En diskurscyklus. Efter Scollon og Scollon, 2004.

Diskurscyklussen illustrerer således, hvordan sociale handlinger består af cirkulerende diskurser (*discourses in place*, hvor *sted*, skal forstås som rummet og de meningsfulde materialer, der bruges), en bestemt type af sammenkomst mellem mennesker og de sociale roller og forhold, der udspiller sig her (*interaction order*) samt de enkelte aktørers livserfaring, som de bringer med ind i den sociale handling (*historical body*). I de følgende afsnit vil vi beskrive disse tre begreber.

6.2.1 Historical body

Begrebet 'historical body' stammer fra Nishida (1958) og kan oversættes til aktørernes livserfaring og dækker over, menneskets samlede erfaring med sociale handlinger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 100). Det er netop i kraft af vores 'historical body', at vi tillærer os viden omkring, hvordan vi bruger de forskellige medierede midler. Scollon og Scollon pointerer, at menneskets 'historical body' er en organisk og dynamisk størrelse, fordi vi hele tiden samler ny erfaring. Det betyder imidlertid også, at Scollon og Scollon betragter menneskets livserfaring som en ustabil størrelse, "som er i konstant interaktion med de miljøer, vi indgår i" (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101). En aktør kan eksempelvis nemt udføre en medieret handling, så som at sende en Snapchat, fordi denne praksis er indlejret i aktørens 'historical body', hvorimod en nytilkommen aktør måske ikke er i stand til forstå det sociale medies funktioner, da lignede erfaringer netop ikke indgår i aktørens samlede (livs)erfaring. Suzie Scollon har tidligere brugt metaforen "en kompostbunke af sociale praksisser" (Scollon, 2003, s. 193; Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101) til at beskrive begrebet, der ligesom en kompostbunke konstant er i forandring, hver gang nye erfaringer og sociale praksisser bliver tilført bunken (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101). Scollon og Scollons foretrækker således at anvende begrebet 'historical body' over Bourdieus forståelse af 'habitus', som han anser som værende de træk, som et segment eller klasse deler grundet deres livssituationer. Scollon og Scollon ser i stedet mennesket "som en aktiv medbygger og udvikler af sociale praksisser", hvorfor habitus ikke bare er et lager af tidligere erfaringer, men tillige udviklingsgrundlaget for nye sociale praksisser (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101).

6.2.3 Interaktionsorden

Med inspiration fra Goffman dækker begrebet interaktionsorden over, hvad der sker mellem sociale aktører i specifikke situationer og deres indbyrdes forhold til hinanden i konkrete, situerede situationer (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101-102). Scollon og Scollon understreger, at der er forskel på, hvordan sociale aktører handler i forhold til, hvilke sociale sammenhænge de indgår i, hvorfor interaktionsordensbegrebet er relevant i neksusanalytisk sammenhæng (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101-102). Man anvender således begrebet til at beskrive deltagernes forhold i den sociale situation, man undersøger, samt til at beskrive det situerede forhold, der findes mellem de interagerede sociale aktører (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101-102). I en konkret analyse er det således vigtigt at have kendskab til de typiske interaktionsordener, der eksisterer inden for det NoP, der undersøges (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101-102).

6.2.4 Stedets diskurser

For at fuldende diskurscyklussen kigger vi nu nærmere på begrebet ‘discourses in place’, der dækker over den forståelse, at det konkrete sted har indvirkning på, hvad der sker og bliver talt om (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102-103). En væsentlig pointe er, at alle steder i verden er udgjort af komplekse sammenkoblinger eller enheder af diskurser, der cirkulerer igennem dem; nogle cirkulerer langsomt, mens andre cirkulerer hurtigt. Stedets arkitektoniskes udtryk kunne være et eksempel på en langsomt cirkulerende diskurs, hvorimod en diskurs, der cirkulerer hurtigt, kunne være et konkret samtaleemne (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102-103). Der skelnes ydermere mellem fjerne og centrale diskurser, hvor de institutionelle rammer, såsom instrukser placeret i et undervisningslokale, kan betragtes som et eksempel på fjerne diskurser i forhold til den konkrete situation, man undersøger. Et eksempel på centrale diskurser kunne i stedet være de emner, der bliver gennemgået i undervisningen. Således understreger begrebet ‘discourses in place’, at vi empirisk er nødt til at undersøge, hvilke diskurser, der er relevante og i forgrunden og hvilke, der ikke er relevante og i baggrunden i forhold til det konkrete sted, hvor de handlinger, vi er interesserede i at undersøge, befinder sig (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 102-103).

Med denne præsentation af diskurscyklusbegrebets tredeling lægger Scollon og Scollon således op til, at konkrete tilfælde af sociale handling ikke skal analyseres isoleret. Derimod skal man betragte den sociale handling mere generelt i forhold til det sociokulturelle NoP, som handlingen finder sted inden for, netop fordi enhver type af sociale handling er formet af forskellige diskurscyklusser, der henviser frem og tilbage i tiden (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103).

Vi vil i det følgende afsnit se nærmere på, hvordan man griber en medieret diskursanalyse an, når man anvender NA som metodologisk rammeværk.

6.3 Neksusanalyses tre hovedfaser

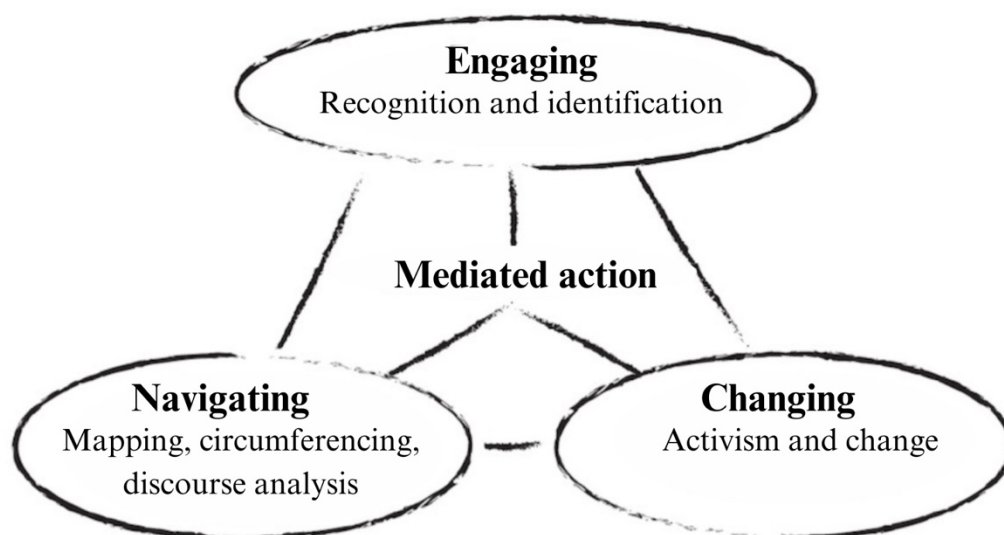
Neksusanalysen består af et centrum, der er de medierede handlinger, som man som forsker ønsker at undersøge. Derudover består NA af tre aktivitetsfaser, som vi i det følgende vil præsentere. Ifølge Scollon og Scollon er NA ikke en opskrift, der skal følges slavisk, men snarere en guide til, hvordan man kan undersøge det felt, man er interesseret i (Scollon & Scollon, 2004, s. 148). Scollon og Scollon påpeger også, at NA skal ses som en reflektiv og organisk proces, som er ”a kind of research that grows and develops and change structure as it progresses” (Scollon & Scollon, 2004, s. 148). NA’s metodologiske strategi består af tre faser værende:

Fase 1: Engagement (*Engaging the Nexus of Practice*)

Fase 2: Navigation (*Navigating the Nexus of Practice*)

Fase 3: Forandring (*Changing the Nexus of Practice*)

I den første fase (engaging) skal forskeren placere sig i undersøgelsesfeltet og finde de centrale sociale aktører og sociale handlinger. Forskeren skal med andre ord skabe indsigt inden for det konkrete NoP, så man ved, hvad der foregår i feltet (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 103-104). I den næste fase (navigating) skal forskeren kortlægge og organisere de data, der er blevet indsamlet i den første fase, hvilket udmønter sig i dokumentation og analyse. I den tredje og sidste fase (changing) skal forskeren se nærmere på, hvilken indflydelse ens analyse potentielt har eller kan få i det felt, hvor undersøgelsen finder sted. Nedenstående illustrerer NA's tre aktivitetsfaser:



Figur 03: De tre faser i en neksusanalyse. Efter Scollon og Scollon, 2004.

I det følgende ser vi nærmere på de tre faser, som vi ligeledes bruger som rammesætning i vores analyse.

6.3.1 Fase 1: Engaging the NoP – dataindsamling og typiske dataformer

Som nævnt i ovenstående afsnit, handler første fase om at forstå aktørernes praksisser og hvordan de forstår og taler om deres medierede handlinger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106). For at kunne identificere de centrale medierede handlinger, lægger den første fase op til,

at forskeren kombinerer forskellige metoder, og Scollon og Scollon anbefaler, at forskeren mindst indsamler fire datatyper værende: 1. medlemmers generaliseringer, 2. neutrale observationer, 3. individuelle medlemmers oplevelser og 4. observatørens interaktion med medlemmerne (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106).

Grundet specialets tidsmæssige begrænsninger kommer vi ikke til at gå i dybden med alle datatyper, som teorien foreskriver, men vi vil forsøge at indfri dem på en anden måde. Med inspiration i Scollon og Scollons fieldguide, vil vi således tilgå den første fase på følgende måde:

1. For at tilegne os viden om medlemmernes generaliseringer, ser vi nærmere på forskningsrapporter om medie- og nyhedsforbrug med primært fokus på de unge i alderen 18-24 år. Disse forskningsrapporter er præsenteret i afsnittet 'Relaterede værker' samt i vores teoriafsnit.
2. Vi vil udføre observationer i kraft af videoobservation, hvor vi inden hvert individuelle interview beder vores deltagere om at vise os, hvad de typisk ville gøre, når de griber deres telefon.
3. Vi får indsigt i de individuelle medlemmers oplevelser gennem vores semistrukturerede interview.
4. Vi kombinerer punkt 3 og 4 i vores semistrukturerede interviews, hvor vi i samspil med punkt 2 kan interagere med medlemmerne om eventuelle uoverensstemmelser mellem, hvad medlemmerne viser os, de gør, og det, de siger.

Ved at indsamle data på denne måde sikrer man, ifølge Scollon og Scollon, en grundig meto-detriangulering, der resulterer i forskellige forståelser og perspektiver på det NoP, man som forsker undersøger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106). Dette betyder imidlertid også, at metoderne kan afføde forskellige resultater, men det anser Scollon og Scollon ikke som et problem, men nærmere som et emne, der kan give anledning til at indgå i en dialog med deltagerne (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106). Den første fase går således ud på, at forskeren opnår en *zone of identification* og netop får et overblik over det NoP, der undersøges (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106). Begrebet 'zone of identification' dækker over, "at ens forskningsaktiviteter smelter sammen med ens deltageraktiviteter inden for det konkrete NoP" (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 104-106).

Som tidligere nævnt foretager vi os ikke en længere etnografisk undersøgelse af feltet, hvorfor det kan siges, at vi muligvis ikke opnår en fuldkommen 'zone of identification'. I stedet

trækker vi på den viden, som vi opnår gennem andre større kvantitative- og kvalitative studier inden for feltet samt den data, som vi indsamler med udgangspunkt i NA's metodologiske rammesæt. At finde både NoP og skabe en 'zone of identification' kan ifølge Scollon og Scollon ses som fem aktiviteter værende: 1) finde det sociale problem, som ønskes at studeres, 2) finde de relevante sociale aktører, 3) observere interaktionsordenen, 4) finde de mest relevante diskurscyklusser og 5) finde undersøgelsens 'zone of identification' (Scollon & Scollon, 2004 s. 154). Ved at anvende denne tilgang kan vi finde frem til vores problemfelt og herefter udvælge de relevante medierede handlinger, finde de sociale aktører, observere interaktionsordenen samt finde de mest centrale diskurscyklusser indenfor feltet. Efter engagementfasen i NA er målet, at vi som forskere gerne står med en klar forståelse af, hvordan de sociale aktører oplever de forskellige situationer, de er i (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 100).

6.3.2 Fase 2: Navigating the NoP

I den anden fase begynder selve analysearbejdet. Det er i denne fase, man begynder at kortlægge det indsamlede datamateriale, også kaldet *mapping*, og udvælge bestemte diskurscyklusser, man vil følge analytisk (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 106-107). Det kan man gøre ved at kortlægge "[...] people, places, discourses, objects, and concepts which circulate through this micro-semiotic ecosystem looking for anticipations and emanations, links and transformations, their inherent timescales, and to place a circumference of relevance around the nexus of practice" (Scollon & Scollon, 2004, s. 159-160). Scollon og Scollon har ingen krav til, hvordan disse kort skal se ud, men pointerer, at det væsentligste er, at man via brainstorm danner et overblik over materialet og det NoP, der undersøges. I forlængelse af dette foreslår Scollon og Scollon, at man breder sit felt ud for at kunne identificere de væsentligste diskurscyklusser, der eksisterer inden for NoP:

We suggest that you should make broad-stroke maps of the nexus of practice to begin with. Then select some cycles to follow out along their circumferences – the historical body of a person, a practice, a sequence of actions in an activity, a discourse that looks promising (Scollon & Scollon, 2004, s. 171).

Alt efter forskningsspørgsmål kan der tages en række analytiske teorier i brug i analysen. Vi tager udgangspunkt i MDA i vores anden fase af neksusanalysen og vil i afsnittet benytte os af forskningsartikler som supplement til at besvare vores problemstilling. Vi forklarer senere i

opgaven, hvordan vi har lavet mapping. I NA's anden fase har vi således navigeret i de interessante diskurscyklusser inden for NoP gennem dokumenteret empirisk materiale og analyse heraf.

6.3.3 Fase 3: Changing the NoP

I analysens tredje og sidste fase ser forskeren nærmere på, hvordan analysen potentielt har medvirket til at påvirke, forandre eller ændre det pågældende NoP (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 107-108). Scollon og Scollon anerkender, at forandringen finder sted løbende i NA, men at forandringen blot ekspliciteret i analysens sidste fase:

What you have to contribute as an ethnographer or nexus analyst is the time and skills in analysis to open up and make visible links and connections among the many trajectories of historical bodies, discourses in place, and interaction order which constitute our social life (Scollon & Scollon, 2004, s. 178).

Selvom dette speciale muligvis ikke skaber en direkte forandring i NoP, kan det stadig siges, at vi som forskere har været med til at facilitere den forandringsproces, der finder sted hos deltagerne. Det vil sige, at når vi deltager i det NoP, vi undersøger og prøver at forstå, skabes der nogle forandringsprocesser, når vi netop arbejder med at dokumentere de medierede handlinger og indgå i diskurser med deltagerne. På denne måde kan vi som forskere være med til at skabe nye muligheder for handling, der kan skabe en mulig diskursiv forandring (Scollon & Scollon, 2004, s. 152).

7.0 Videnskabsteori og metode

I dette afsnit vil vi beskrive vores valg af kvalitativ metode i forbindelse med vores semistrukturerede interviews og videooptagelser, som vi i projektet har foretaget. Dernæst vil vi beskrive, hvordan vi behandler vores datamateriale, for derefter at præsentere vores overvejelser i forbindelse med sampling af vores respondenter. I forlængelse heraf vil vi italesætte vores videnskabsteoretiske ståsted i projektet.

7.1 Kvalitativ metode

På baggrund af vores motivation for valg af emne og problemformulering har vi valgt at anvende kvalitativ metode for at blive klogere på de sociale praksisser, der foregår indenfor feltet. Vi har valgt at arbejde med denne metode, eftersom vi herigennem får mulighed for at få komplekse, konstruktive og nuancerede beskrivelser inden for emnet, hvilket vi ser, har en afgørende rolle for at kunne besvare projektets problemformulering. Dette skyldes, at kvalitativ metode er behjælpelig i henhold til at få et nuanceret indblik i gymnasieelevernes vaner og holdninger i forbindelse med nyhedskonsumering. Derudover er vi interesseret i at afsøge, hvor de unge tilgår deres nyheder, og hvilke følelser samt tanker de forbinder med denne praksis. Til den kvalitative metode har vi valgt at foretage semistrukturerede interviews, da disse vil bidrage til at skabe en klarere forståelse om unges nyhedsvaner ved at lade dem fortælle om deres oplevelser og erfaringer. Dette vil blive uddybet senere i specialet.

Danskernes nyhedsvaner og medieforbrug er dækket grundigt af kvantitative undersøgelser, og der findes en stor mængde data, der netop omkredser vores undersøgelsesfelt (bl.a. Slots- og Kulturstyrelsen, 2020; Schrøder et al., 2021; Newman et al., 2022; Mehlsen 2020). Vi har således vurderet, at vi vil drage nytte af den allerede eksisterende kvantitative data, der er foretaget af de store institutioner, fordi vi ikke selv er i stand til at indsamle den mængde data, taget vores begrænsede ressourcer i betragtning. Vi vil bruge disse data til at opnå en forståelse af, hvor udviklingen fører hen og som rygdækning til at kunne italesætte de tendenser i de unges nyhedsforbrug, som den eksisterende forskning på området har iagttaget, og som vi i dette speciale ønsker at søge dybdegående, kvalitative forklaringer på. De kvantitative data understøtter således grundlaget for at lave denne kvalitativ undersøgelse af, hvad der ligger til grund for unges valg af nyhedsmedier samt deres generelle nyhedsvaner.

For at forstå den kvalitative metode, har vi anvendt værket *Kvalitative metoder en grundbog* af Svend Brinkmann og Lene Tanggaard (2020), der forklarer, hvordan den kvalitative forskning typisk er forpligtet på “en menneskelig verden af mening og værdi og interesserer

sig for menneskelige aktørers egne perspektiver på og beretninger om denne verden” (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 16). Dermed vil denne metode bidrage til at skabe et nuanceret indblik i og en bredere forståelse for unges nyhedsvaner.

På trods af at de semistrukturerede interviews vil give os et indblik i respondenternes nyhedsvaner, vil en analyse af det sproglige alene ikke give os et fuldendt indblik i, hvordan respondenternes sociale handlinger udspiller sig. Gennem neksusanalyse og medieret diskursanalyse viser det sig, at sproget ikke indtager den centrale placering for analysen, men i stedet lægger den primære interesse i menneskers sociale handlinger (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 92). Derfor er vi også opmærksomme på, at vi ikke vil lade det kvalitative semistrukturerede interview stå alene, men vi mener, at valget af denne metode vil danne grobund og en grundforståelse for, hvordan de unge tilgår nyheder og deres tanker herom.

7.1.1 Metodetriangulering

Hertil har vi i dette speciale valgt at anvende *metodetriangulering*, som seniorforsker Henning Olsen definerer som brugen af forskellige metoder eller dataformer til at analysere det samme fænomen for at styrke undersøgelsen (Olsen, 2003, s. 92). Vi kombinerer således både kvalitative og kvantitative metoder for at øge validiteten samt indfri Scollon og Scollons krav om at kombinere flere forskellige metoder (Larsen & Raudaskoski, 2016; s. 104-106; Hede 2007, s. 46). De to metoder bruges til at besvare forskellige spørgsmål; kvalitative metoder bruges til at undersøge, hvordan noget sker eller opleves eller hvad noget er, mens kvantitative metoder bruges til at måle, hvor meget af noget, der er til stede (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 171).

Vi har valgt at kombinere kvalitative dybdegående enkeltmandsinterviews, visuel etnografi og kvantitative rapporter og studier for at få en bedre forståelse af vores emne. Ved at kombinere disse metoder kan vi besvare problemformuleringen mere nuanceret og øge validiteten af undersøgelsen (Patton, 2002, s. 248). Derudover har vi valgt at inddrage kvantitative rapporter med data, som har haft forskellige indgangsvinkler til vores emne, og som dermed har fungeret som en kvalitetssikrende metode for vores data (Rendtorff, 2007, s. 250). Vi har desuden suppleret med relevant sekundært materiale, såsom artikler, bøger, rapporter og lignende ved hjælp søgninger på nettet. Ved at sprede den kvantitative dataindsamling kan vi lettere generalisere på baggrund af resultaterne. Samlet set giver denne kombination af forskellige metoder os mulighed for at opveje begrænsningerne ved den enkelte metode og styrke kvaliteten af vores undersøgelse.

7.1.2 Det semistrukturerede interview

Som nævnt ønsker vi, gennem vores semistrukturerede interviews, at blive klogere på de unges nyhedsvaner og medierede handlinger, og vi er yderligere optaget af, at undersøge vores genstandsfelt fra flere vinkler, hvilket vores metodiske valg tillige bærer præg af. Vi ønsker hertil høj validitet af vores undersøgelsesresultater, hvortil Brinkmann og Kvale (2015) påpeger i værket *Interview. Det Kvalitative Forskningsinterview som håndværk*, at “[d]et er argumentationen blandt diskursdeltagerne, der afgør, hvad der er en gyldig observation” (Brinkmann & Kvale 2015, s. 325), dog tilføjes det, at “[d]er er en fare for, at opfattelsen af sandhed som dialog og kommunikativ validering bliver til tomme, globale og positive, udifferentierede begreber, hvis de nødvendige begrebsmæssige og teoretiske differentieringer ikke udvikles” (Brinkmann & Kvale 2015, s. 326). Derfor har vi ydermere valgt at kombinere det kvalitative semistrukturerede interview med videoobserveringer af respondenterne brug af deres mobiltelefoner, hvortil vi vil benytte os af metoden visuel etnografi, som vil blive præsenteret senere i specialet.

Ifølge Kvale og Brinkmann (2015) bruges den kvalitative metode, når forskere ønsker at indsamle kvalitative data om et givent emne (Brinkmann & Kvale 2015, s. 17). Metoden medvirker således til at give en nuanceret forståelse af, hvordan de udvalgte interviewpersoner forstår og forholder sig til et givent emne, samt giver et dybere indblik i deltagerens oplevelser og perspektiver (Brinkmann & Kvale 2015, s. 17). Formålet med det kvalitative forskningsinterview består i at forstå temaer og emner i dagligdagen ud fra interviewpersonernes egne perspektiver, som udmunder i det, der vil ligne en hverdagssamtale (Brinkmann & Kvale 2015, s. 45). Gennem det semistrukturerede interview er det muligt for interviewerens at stille opfølgende spørgsmål og udforske deltagerens svar mere detaljeret, gennem eksempelvis en samtale (Brinkmann & Kvale 2015, s. 19). Dog består interviewet af en fast række foruddefinerede spørgsmål, men gennem metoden er der plads til at udveksle spontane spørgsmål og synspunkter og uddybende svar fra deltagerne, som man kender det fra almene hverdagssamtaler (Brinkmann & Kvale 2015, s. 20).

Interviewformen gør det muligt at udarbejde et interviewdesign, som tillader at opfølge umiddelbare overvejelser og refleksioner. Dette kan bevirke til, at interviewet kan åbne op for nye temaer og emner og dermed tage nye retninger. Gennem brugen af denne interviewform vil det således blive muligt at få et bredere indblik og større forståelse for interviewdeltagerens forståelser samt oplevelser i forhold til deres nyhedsvaner. Kvale og Brinkmann (2015) beskriver forskningsinterviewet som værende “en interpersonel situation, en samtale mellem to parter

om et emne af fælles interesse” (Brinkmann & Kvale 2015, s. 177), som søger at indhente viden, beskrivelser og forståelse af den deltagendes livsverden med henblik på at meningsfortolke de beskrevne fænomener (Brinkmann & Kvale 2015, s. 177). Dette finder vi især interessant for vores analyse, eftersom vores ønske består i at undersøge og gøre os klogere på unges vaner i forhold til nyheder.

Vi har valgt at optage de semistrukturerede interviews med en lydoptager til dokumentation, og derefter transskribere disse. Ved at optage interviewet opnår vi en anden tilstedeværelse blandt interviewpersonen og os som interviewere, end hvis vi samtidig skulle skrive svarene ned, mens vi skulle deltage i samtalen. Vi har formået at udforme vores interviewspørgsmål så åbne som muligt, så vi får mulighed for at lade interviewdeltagerne fortælle om de historier, oplevelser og meninger, de end måtte have. Dette er yderligere gjort med afsæt i værket af Brinkmann og Kvale (2015), hvor det beskrives, at det semistrukturerede interview udformes for at få forståelsen af at se verden fra en andens synspunkt (s. 178), samt at lade interviewet anspore deltagerne til at beskrive deres synspunkter på verden og deres liv (s. 183). Vi har valgt at udforme interviewspørgsmålene med udgangspunkt i faserne fra den neksusanalytiske tilgang af Scollon og Scollon (2004), som er delt op i tre diskurscyklusser indenfor et NoP:

1. Menneskers historiske livsbaner
2. Menneskeligt samvær og sociale roller
3. Diskurser (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 101).

Gennem disse diskurscyklusser har vi valgt at inddele vores interviewspørgsmål for at opnå struktur samt at have fokus på centrale, sociale praksisser og medierede handlinger. Et eksempel på et af vores interviewspørgsmål med udgangspunkt i ‘historical body’ er følgende: “Kan du fortælle os om en af de første minder, du kan huske i forhold til nyheder?” (Bilag 20). Et eksempel på et interviewspørgsmål, hvor vi inddrager diskurscyklusen ‘interaktionsorden’ er: “Kan du give nogle eksempler på, hvordan nyheder er en del af din hverdag?” (Bilag 20) og slutteligt er et eksempel på, hvordan vi har medtænkt ‘stedets diskurser’ er følgende: “Der er meget snak om algoritmer og sociale medier, hvad er din forståelse af dette emne?” (Bilag 20).

7.1.3 Overvejelser i forbindelse med sampling

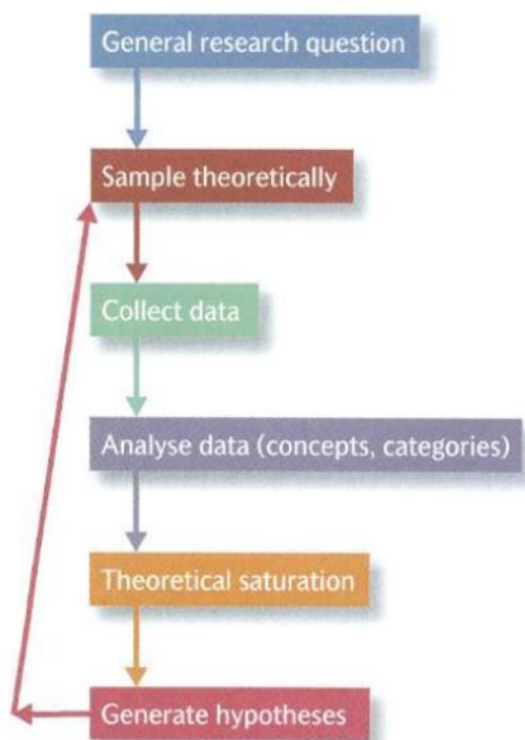
Vores kvalitative dataindsamling består af otte semistrukturerede interviews, blandt studerende på Hasseris Gymnasium i aldersgruppen 18-24 år. Valget er taget ud fra det kvantitative studie “Danskernes brug af nyhedsmedier” af Kim Schrøder, Mark Blach-Ørsten og Mads Kæmsgaard Eberholst (2022), som opererer med denne aldersgruppe og studiet viser, at især unge mellem 18-24 år tilgår nyheder på sociale medier, som Facebook, Instagram, Twitter og især på medierne TikTok og Reddit (Schrøder et al., 2022, s. 21).

I forbindelse med valg af respondenter i projektet, har vi fra starten forholdt os kritiske overfor at bruge en målgruppe på 18-29-årige, som nogle af de kvantitative studier gør, da vi mener, at den dækker over et forholdsvis bredt aldersspektrum. Vi formoder i denne sammenhæng, at der er forskel på, hvordan eksempelvis 18-20-årige og 27-29-årige forholder sig til nyheder. I forlængelse af denne undren er vi tilmed opmærksomme på, at det ikke nødvendigvis er den enkeltes alder, der er en afgørende faktor for forskelle i adfærd herom, men derimod hvilken situation den enkelte befinder sig i. Eksempelvis vil en person på 19 år, der går på gymnasium og er hjemmeboende højst sandsynligt have andre nyhedsvaner end en 29-årig med en længerevarende uddannelse og et fuldtidsjob, fordi gymnasieeleven befinder sig i overgangen fra barn til voksen. Med de tanker in mente har vi valgt at indsnævre vores fokus til studerende på Hasseris Gymnasium, da vi derved er sikre på, at vores respondenter har det samme udgangspunkt, nemlig det at være studerende på et gymnasium. Vi har dog valgt at tage forbehold for, at vores respondenter samtidig vil passe ind i aldersgruppen med det in mente, at de fleste formentligt vil lægge i den lave ende af aldersgruppen. I denne udvælgelse ligger tilmed et valg om at interviewe mænd og kvinder nogenlunde ligeligt.

Denne måde at indsamle data på, som kaldes *purposive sampling*, beskrives i Alan Brymans bog *Social Research Methods* fra 2012. Her udvælger man strategisk sine respondenter ud fra sit forskningsspørgsmål, i modsætning til at vælge respondenter tilfældigt (Bryman, 2012, s. 418). Dette adskiller sig fra *convenience sampling*, hvor vi eksempelvis vælger studerende fra vores eget universitet, fordi det er praktisk for os selv. I vores tilfælde har vi valgt at fokusere på studerende i en specifik aldersgruppe for at kunne analysere diskurser, som er relevante for denne gruppe. Dette valg betyder dog også, at vi ikke undersøger studerende fra andre uddannelsesområder, og vores resultater vil derfor kun kunne belyse mulige mønstre og tendenser i det indsamlede datamateriale indenfor vores afgrænsede gruppe, som vi har indsamlet over en begrænset mængde tid.

Vi har valgt at udføre otte interviews, lægger vi os tilmed op af en af Brymans (2012) underkategorier til Purposive sampling nemlig *Theoretical sampling*, der er illustreret i nedenstående model, der hedder: "The process of theoretical sampling" (Bryman 2012, s. 420):

The process of theoretical sampling



Billede 04: *The process of theoretical sampling* (Bryman 2012, s. 420).

Før vi startede dataindsamlingen, havde vi et foreløbigt undersøgelsesspørgsmål, som Bryman (2012) kalder for "General research question", som ovenstående model anviser. Derefter har vi samplet efter den teori og data, vi havde udvalgt, for netop at kunne besvare vores problemformulering bedst muligt.

Vi har efterfølgende indsamlet data fra otte korte interviews og otte observerede videomateriale og kategoriseret indholdet for at finde mulige diskurser i vores målgruppe. Efter vi har sammenholdt vores datamateriale med hinanden og vurderet, at vi havde nået mæthed og dermed *Theoretical saturation*, samt vurderet, at vores data ikke kunne nuanceres yderligere. På baggrund af dette var vi i stand til at formulere hypoteser, hvilket Bryman (2012) kalder for *Generate hypotheses* (Bryman, 2012, s. 420).

I vores speciale har vi valgt at benytte denne metode, fordi vores interviews samt videomateriale gav os en forståelse for, hvad forskellige personer i målgruppen siger om emnet, og

dermed har givet os muligheden for at dykke dybere ned i, hvilke omkringliggende faktorer, der påvirker målgruppens valg i forhold til nyheder.

Samtykke

Gennem vores interviews og videoindsamling har vi udformet en informeret samtykkeerklæring til deltagerne, som de har skulle udfylde og underskrive for at skabe fortrolighed til deltagerne vedrørende vores aftaler: “Fortrolighed i forskning vedrører aftaler med deltagerne om, hvad man kan gøre med de data, der er et resultat af deres deltagelse [...]. Det indebærer som oftest, at private data, der identificerer deltagerne, ikke vil blive afsløret” (Kaiser, 2012; Brinkmann & Kvale, 2015, s. 117). Derfor vil vores deltagere omtales som K for kvinde og M for mand, og kun deres alder og køn vil blive brugt i dette speciale.

7.1.4 Fordele og ulemper

En af fordelene ved semistrukturerede interviews er, at de giver mulighed for at indsamle dybdegående data og samtidig bevare en vis grad af fleksibilitet. Intervieweren kan tilpasse spørgsmålene og stille opfølgende spørgsmål for at undersøge yderligere information, som kan være relevant for forskningsprojektet (Brinkmann & Kvale, 2015, s. 45). En anden fordel ved semistrukturerede interviews kan være, at de kan anvendes til at undersøge emner, der ikke nødvendigvis kan beskrives gennem kvantitative metoder. Semistrukturerede interviews kan bruges til at undersøge emner som holdninger, følelser og oplevelser, som ikke kan måles objektivt, og gennem denne interviewmetode, vil det være muligt for deltageren at åbne sig op og ikke blive påvirket af andres svar.

En ulempe ved semistrukturerede interviews kan være, at de kræver mere tid og ressourcer end andre metoder. Intervieweren skal også have træning i at stille spørgsmål og udforske deltagerens svar på en måde, der giver de mest informative data. Derudover kan en problematik indenfor det individuelle interview være, at interviewpersonen ikke får input fra andre deltagere, og dermed ikke har tiden og grundlaget til at reflektere over egne svar. Ligeledes kan det individuelle interview mangle variation ved ikke at få andres meninger og svar, og dermed kan interviewpersonen føle, at der kun er en “korrekt” måde at forstå og svare på (Halkier, 2008, s. 13). Det kan dermed også være vanskeligt at opnå variation af holdninger til det givne emne og til interviewpersonens forståelsesrepertoire, da der ikke forekommer modspil i form af andres input og forståelser (Halkier, 2008, s. 14).

Til at undersøge vores problemfelt kunne fokusgruppeinterviews også have fungeret som vores primære dataindsamling. En fordel ved fokusgrupper er, at deltagerne bliver tvunget til at være eksplicitte om deres personlige forståelser, praksisser, fortolkninger og holdninger gennem deres forhandlinger med hinanden. Det er de samtaler, dialoger og diskussioner, som opstår mellem deltagerne, der giver forskeren viden. For at opretholde denne diskussion skal deltagerne beskrive i detaljer, hvordan de tænker og handler i forhold til det emne, der drøftes. Dette åbner op for det, som Halkier beskriver som "forståelsesrepertoarer" eller "tavs viden" (Halkier, 2008, s. 10). Fokusgrupper giver forskeren mulighed for at få indsigt i områder og tanker, som deltagerne måske ikke tidligere har talt højt om, men som er blevet en del af gruppens normer og fortolkninger. Diskussionerne i fokusgruppen kan resultere i nye argumenter og overvejelser, da deltagerne udveksler idéer på tværs af hinanden, hvilket ikke ville ske i individuelle interviews. Endnu en ulempe ved fokusgrupper kan være, at det kan være udfordrende for moderatoren at skelne mellem deltagerne baseret på deres baggrunde og sociale status, hvorfor det kan være vanskeligt at forstå deltagerne livsverdener. Desuden kan deltagerne have en tendens til at ønske at opnå enighed som gruppe, og derfor kan "upopulære holdninger" muligvis ikke komme til udtryk. Sociale normer er en vigtig del af en gruppes måde at forhandle fortolkninger og argumenter på, og derfor bliver normer ofte tydelige i fokusgrupper. Der opstår også sociale dynamikker i enhver situation, hvor en gruppe mennesker samles, og i fokusgrupper er der faldgruber, som forskeren skal være opmærksom på, såsom deltagernes interne positioner, dynamikken omkring social kontrol, konsensusføgen og polarisering (Halkier, 2008, s. 14). Derfor kan social kontrol forhindre, at den ønskede variation i holdninger og forståelser kommer frem.

Selvom begge metoder kunne anvendes i dette speciale, har vi fundet det mest fordelagtigt at benytte det semistrukturerede interviews, fordi der er fokus på et individ, og respondenterne ikke bliver påvirket af hinanden.

7.2 Visuel etnografi

Som nævnt tidligere har vi foretaget observationsarbejde i form af korte videooptagelser af respondenternes brug af mobiltelefoner, med henblik på at blive klogere på de unges nyhedsvaner i praksis. Hertil vil vi benytte os af metoden om *visuel etnografi*. Metoden bruges til at undersøge og analysere kulturelle fænomener ved hjælp af visuelle materialer som fotografier, film, kunst og andre visuelle repræsentationer. Denne metode er forankret i antropologisk teori og praksis og involverer brugen af billeder til at forstå og tolke sociale relationer og kulturelle

praksisser. I vores speciale har vi foretaget videooptagelser af interviewdeltagernes brug på deres mobiltelefoner. Disse har vi foretaget for at få en bedre forståelse for deltagernes faktiske vaner og færden på digitale medier og sammenligne deres praksis med interviewsvarene. Vi har hertil valgt at gøre brug af værket *Doing Visual Ethnography* af samfundsforsker, etnograf og socialantropolog Sarah Pink fra 2011. Visuel etnografi kan give relationer mellem videooptagelser og andre forskningsmaterialer og oplevelser, herunder minder, dagbøger, fotografier, noter og artefakter, vigtig indsigt, eftersom hvert medie kan repræsentere indbyrdes forbundne, men forskellige typer viden om det samme tema (Pink, 2011, s. 22).

Derudover adskiller video sig fra fotografiet ved, at videoen formidler forskellige typer viden og information og har forskellige potentialer for repræsentation. Video kommunikerer gennem bevægelige- snarere end stillbilleder og inkluderer lyd. Ydermere kan det at kategorisere og analysere analogt videomateriale være “omkostningsfuldt, besværligt og tidskrævende, [mere end] med fotografier” (Pink, 2011, s. 22, egen oversættelse). Dette har vi in mente, når vi foretager disse videoobservationer, men vi mener også, at det visuelle materiale, i form af korte videoer, vil kunne bruges som redskab til at skabe en kobling mellem det sagte mellem interviewpersonerne og deres sociale praksis.

Den visuelle etnografi kan med fordel bruges til at fange og afsløre komplekse og ofte usynlige aspekter indenfor den sociale praksis og dermed give os som forskere et helhedsindblik i, hvordan interviewdeltagerne tilgår sociale og digitale medier gennem deres smartphones. Sarah Pink (2011) citerer amerikanske sociolog Charles Wright (1998) i at “The modern project of ethnography was largely ‘to translate the visual into words’” (Wright, 1998; Pink, 2011, kap. 5, s. 4). Det visuelle skal dermed oversættes til ord. Dertil tilføjer Pink (2011), at når man bruger video som forskningsmetode, videooptager man ikke kun, hvad folk gør for at skabe visuelle data til analyse, men man involverer sig i en proces, hvorigennem viden produceres (Pink, 2011, kap 4, s. 11).

Dog vil det visuelle materiale, indenfor visuel etnografi, ikke kunne stå alene, eftersom man da vil mangle kontekst og et ‘før’ og ‘efter’. Derfor bør materialet stå i forlængelse med en anden etnografisk metode som eksempelvis interviews, som vi har valgt at udføre i vores speciale. Dette betegner Pink (2011) som den videnskabeligt-realistiske tilgang, som søger at regulere den kontekst, som det visuelle produceres i, således at deres indhold skal omfatte pålidelige visuelle beviser for komplette sammenhænge og processer (Pink, 2011, kap. 5, s. 5). Videooptagelser tillader tillige at fange naturligt forekommende aktiviteter, som opstår i almindelige miljøer og at fange en begivenhed lige som den sker, hvilket også nævnes i værket

Video in Qualitative Research: Analysing Social Interaction in Everyday Life (2010) (Heath, Hindmarsh & Luff, 2010: 5).

Efter videooptagelserne har vi mulighed for at transskribere lyden og det sagte og skrive ned, hvad der gøres i videoen. Eftersom vi i vores speciale har valgt at foretage semistrukturerede interviews, med fokus på det talte, ønsker vi som tidligere nævnt at supplere disse interviews med visuelle beviser på deltagernes vaner udført i praksis. Videooptagelserne kan dermed bruges som dokumentation eller til at støtte op om pointer og argumenter, og dermed kan disse danne grundlag for analyser og håndtering af den kritik, der kan rettes mod etnografiske studier for manglende gennemsigtighed (Heath, Hindmarch & Luff 2010, s. 7). I dette speciale har brugen af video været et kvalitativt supplement til vores øvrige metoder.

8.0 Vores videnskabsteoretiske ståsted

I dette afsnit præsenterer vi det videnskabsteoretiske afsæt, vi i specialet anlægger i fortolkningen og i undersøgelsen af vores genstandsfelt med henblik på at kunne besvare vores problemformulering omhandlende unge danske gymnasieelevers nyhedsvaner.

På baggrund af vores konkrete analyse, betragter vi vores videnskabsteoretiske ståsted som socialkonstruktivistisk, da vi bygger vores analyse op på diskurser, som de italesættes af vores respondenter, mens vi konstant tager hensyn til diskurser artikulert med tekster i form af eksisterende forskning og relevant teori inden for området. Ved at tage udgangspunkt i respondenternes italesættelser og praksis i forhold til deres medierede handlinger og medierede midler i deres nyhedsforbrug, forsøger vi således at forstå de medierede handlinger og medierede midler i forhold til den sociale praksis, som vi undersøger.

8.1 Socialkonstruktivismen

Vores tilgang til og forståelse af vores undersøgelse bygger på en socialkonstruktivistisk forståelse. Vi mener ikke, at påstande, holdninger og opfattelser af et givent emne kan eksistere isoleret, men at de eksisterer i kraft af en fælles forståelse, en social konstruktion, som opstår mellem mennesker i samfundet.

I socialkonstruktivismen bliver fænomener betegnet som værende menneskeskabte og al viden som en konstruktion af de sociale sammenhænge og relationer, som mennesket er en del af (Collin, 2015, s. 420). Fænomener behandles således som noget menneskeskabt. Erkendelsen sker gennem bestemte forståelseshorisonter, der både er historisk og kulturelt betinget, og det er gennem disse sociale fællesskabers tankeformer, at virkeligheden konstrueres (Collin,

2015, s. 420). Konstruktionen af virkeligheden er formet af betydningen af sprog (Collin & Køppe, 2014, s. 442). Måden, hvorpå bestemte fænomener italesættes i verden, definerer, hvordan mennesket erkender dem. Vores forståelsesramme kommer fra de sociale relationer, som vi indgår i, og beskrivelsen af vores virkelighed kommer sig af historiske og kulturelle forhold. Dette sker i fællesskab med omverdenen, da denne erkender og italesætter fænomener (Collin, 2015, s. 420).

Vores interviewmetode bruges til at få indsigt i en større diskursiv sammenhæng, som vi mener er en forudsætning for, hvordan respondenterne taler om forskellige fænomener. Vi forstår, at interview med enkeltpersoner er fænomenologiske af natur, da vi som interviewere søger at få indsigt i respondenternes livsverden og deres forståelse af fænomener. Hvis vi havde valgt en fænomenologisk tilgang, ville vi skulle “sætte parentes om omverdenens eksistens og i stedet koncentrere os om at analysere erfaringens intentionalitetsstrukturer, som de melder sig for bevidstheden” (Fuglsang, et al., 2013, s. 262).

Med vores socialkonstruktivistiske tilgang er vi dog kritiske over for ideen om at se bort fra omverdenens eksistens, eftersom respondenterne altid vil være påvirket af det samfund, den kultur og de grupper, de er en del af. Vi er dermed bevidste om, at det ikke er muligt for os at stå uden for den sociale konstruktion i vores undersøgelse. Vi sætter ikke os selv i parentes, men anerkender, at vi er en del af konstruktionen. Derfor er vores spørgsmål i interviewguiden udformet ud fra, hvad vi mener er relevant at undersøge nærmere inden for den konstruktion, vi befinder os i. Ved at aktivt vælge at gennemføre xx interviews, giver vi også plads til at bevæge os væk fra interviewguiden, hvis der opstår interessante vinkler i respondenternes svar.

9.0 Engaging the nexus of practice

Dette kapitel har til hensigt at redegøre for vores vej gennem den første fase af NA. Først og fremmest vil vi redegøre for den data, der netop udgør vores analytiske fundament, og tilegne os viden om de centrale sociale aktører og medierede handlinger, der eksisterer inden for vores undersøgelsesfelt. Målet er at nå frem til 'zone of identification' og blive velbevandret inden for de NoP, som vi undersøger.

Vi vil starte denne fase med at redegøre for, hvilken rolle medierne spiller i et demokrati som Danmark og de sociale kontrakter i samfundet, der er forbundet hertil. Derefter vil vi se nærmere på, hvordan den politiske medieregulering ser ud i Danmark. I forbindelse med dette vil vi se nærmere på den digitale udvikling og medialisering, vi er en del af, samt hvad sociale medier er for en størrelse, når det kommer til nyheder. I forlængelse heraf vil vi redegøre for nyhedsbegrebet for at afklare, hvilken definition vi arbejder med i henhold til vores analyse samt kigge nærmere på de bias, der kan være forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier. Disse undersøgelser har til hensigt at danne grundlag for en videre diskussion om, hvad medialiseringen betyder for, hvordan unge gymnasieelever konsumerer nyheder og hvilken indflydelse det har på den demokratiske proces.

9.1 Mediernes rolle i demokratiet

Grundlæggende for dette speciale ligger en overbevisning om, at nyheder, og dermed journalistikken, er en væsentlig del af vores samfund og at borgerne, som en del af vores demokrati, skal have fri adgang til viden om samfundsmæssige- og politiske forhold. Vi baserer hovedsageligt denne normative overbevisning på Jesper Strömbäcks (2004) teori om mediernes rolle i demokratiet, som han præsenterer i værket *Den medialiserade demokratin – Om journalistikens ideal, verklighet och makt* (2004). Vi vil i det følgende redegøre for Strömbäcks anskuelser omkring idealer for deltager- og samtaledemokratiet samt de normative krav, der stilles til medierne og journalistikken. Dette teoretiske fundament om mediernes og journalistikkens ansvar overfor borgerne i et demokrati samt borgernes ansvar for at holde sig oplyste, har til hensigt at bidrage til vores argumentation for, hvorfor det netop er væsentligt, at også unge borgere finder en interesse i at holde sig opdaterede i forhold til samfundsforhold samt at medierne ligeledes tager højde for borgernes ønsker. Derfor vil vi medtage Strömbäcks teoretiske position i analysen med henblik på at kunne beskrive deltagernes demokratiske idealer, hvordan de efterlever disse samt mediernes rolle i denne kontekst. Vi vil således anvende

Strömbäcks teori som en af grundstenene i specialet til senere at kunne diskutere, hvad det vil sige at være en informeret borger i et demokrati, når man er ung i en medieret verden.

9.1.1 Hvad er et demokrati?

Vi vil først og fremmest se nærmere på, hvad et demokrati er. Ifølge Strömbäck (2004) skal følgende grundlæggende krav være opfyldt, før et land kan betragtes som værende et demokrati: 1) Valgte magthavere, 2) frie, retfærdige og tilbagevendende valg, 3) ytringsfrihed, 4) fri adgang til information, 5) forenings- og fællesskabsfrihed, 6) inklusive statsborgerskab og 7) retssikkerhed (s. 54). Strömbäck (2004) pointerer, at disse krav stiler mod at implementere demokratiets grundlæggende principper og ideer om politisk lighed, tolerance og ingen forskelsbehandling i praksis (Strömbäck, 2004, s. 54).

I forlængelse heraf fastslår han, at der findes et væld af forskellige demokratimodeller, man kan vælge imellem, hvor grænserne mellem dem ofte er uklare. For at skabe klarhed i diskussionen hævder Strömbäck (2004) således, at der således er brug for nogle kriterier, som en foreslået model for demokrati bør opfylde, før den kan anvendes teori (Strömbäck 2004, s. 55-56). Det første kriterium er, at den handler om formen og processerne for politisk beslutningstagning, ikke om indholdet af politiske beslutninger. Det andet kriterium er, at det tillægger vælgere og folkevalgte, borgere og politikere, tydeligt forskellige normative opgaver og positioner i demokratiet. Det tredje kriterium er, at den foreslåede demokratimodel tillægger medier og journalistik forskellige normative opgaver, hvilket følger af, at en model, der ikke tager hensyn til medierne, er urealistisk og derfor mindre interessant (Strömbäck, 2004, s. 55-56). Ud fra disse kriterier præsenterer han fire normative ideer for, hvad der karakteriserer ”det gode demokrati”, som han kalder idealtypiske demokratimodeller (Strömbäck 2004, s. 55-56). At de er idealtypiske betyder, at ingen af dem i virkeligheden behøver eksistere i ren form – de udgør blot analytiske konstruktioner (Strömbäck, 2004, 56).

De fire idealtyper er følgende: *Proceduredemokrati*, *konkurrencedemokrati*, *deltagerdemokrati* og *samtaledemokrati*. De fire demokratimodeller tager alle udgangspunkt i demokratiets og det repræsentative demokratis grundlæggende krav, men er også meget forskellige fra hinanden. Samtidig skal demokratimodellerne ses som idealtyper – i praksis er grænserne mellem dem flydende, og hvert eksisterende demokrati indeholder elementer fra alle demokratimodeller i forskellig grad. Disse idealtyper er således et udtryk for forskellige idéer og overbevisninger om, hvad et demokrati indebærer og hvad demokratiet skal gøre i praksis. Det er hovedsageligt i tilgangene til borgernes rolle i demokratiet og den offentlige politiske debat, at

de fire idealtyper adskiller sig (Strömbäck, 2004, s. 56). Hvor nogle af idealtyperne tilslutter sig en høj grad af borgerinvolvering, som eksempelvis deltagerdemokratiet og samtaledemokratiet, har andre en lav grad af borgerinvolvering, som eksempelvis konkurrencedemokratiet, der begrænser sig til at forefindes omkring valgperioder. De forskellige idealtyper tilskriver endvidere medierne og journalistikken forskellige normative opgaver og positioner, som vi vil vende tilbage til (Strömbäck, 2004, s. 56).

Vi vil benytte deltager- og samtaledemokratityperne som vores normative ramme for den måde, hvorpå vi forstår og forholder os til demokratibegrebet samt mediernes rolle i demokratiet for netop at kunne besvare vores forskningsspørgsmål. Det vil vi, fordi vi kan argumentere for, at vi i Danmark søger at efterleve disse idealtyper. Dels fordi der fra politisk hånd afsættes midler til at opretholde en offentlig politisk samtale blandt borgere og folkevalgte gennem public service-aftalen, og dels fordi der er stærke danske traditioner for medborgerskab i samfundet, hvilket blandt andet kommer til udtryk i fagbevægelsen. Vi vil nu redegøre for deltager- og samtaledemokratiet.

9.1.2 Deltagerdemokratiet

Strömbäck (2004) beskriver deltagerdemokratiet som et demokrati, hvor man ønsker, at borgerne deltager i politik (Strömbäck, 2004, s. 61). Dette betyder imidlertid også, at demokrati ikke blot kan reduceres til, at borgerne går til valg og stemmer hvert fjerde år. Tværtimod, skal et deltagerdemokrati bygges nedefra i løbende processer, hvor det er tilstræbellesværdigt, at så mange som muligt deltager aktivt. Demokrati handler derfor ikke kun om at vælge, men beskrives snarere som en livsstil. Det anskues således, at det at deltage i fælles beslutninger er en pligt, snarere end en rettighed (Strömbäck, 2004, s. 62). Det er det, ifølge Strömbäck, fordi et demokrati kun kan opretholdes i kraft af borgerens aktive opbakning i form af interesse, engagement og deltagelse. I forlængelse af dette fremhæver Strömbäck begrebet *medborger*, der i denne forståelse ikke blot har en juridisk betydning, men også en moralsk betydning: En medborger er en person, der ikke kun har øje på egne interesser, men også for, hvad der er det fælles bedste. En medborger er en, der ser sig selv som en del af et socialdemokratisk fællesskab, og som derfor interesserer sig for og engagerer sig i politik og sociale spørgsmål (Strömbäck, 2004, s. 62).

Et deltagerdemokrati stiller også krav til politikerne, hvoraf det første og vigtigste krav er, at politikerne forsøger at inddrage så mange som muligt i de politiske processer. Politikere bør være ude blandt mennesker, lytte og diskutere, og frem for alt føre folks meninger med i beslutningstagningen (Strömbäck, 2004, s. 65). Politiske beslutninger, der strider mod en stærk

offentlig mening blandt borgerne generelt, er med til at skabe afmagt, og det er derfor vigtigt, at politik tager fat i de emner, borgerne synes er vigtige og træffer beslutninger, der så vidt muligt er i overensstemmelse med den offentlige mening. Politikere bør også være både repræsentative for opinionen, altså afspejle folkets meninger, og socialt- og demografiske repræsentative, altså afspejle sammensætningen af befolkningen i forhold til eksempelvis køn, alder og etnicitet (Strömbäck, 2004, s. 65). Der stilles således krav til medborgerne i deltagerdemokratiet om at være engagerede i politik og samfundsforhold, og at de selv søger den viden, der er nødvendig for at kunne deltage aktivt i demokratiet. Medborgerne har således et ansvar for at sætte sig ind i politiske forhold (Strömbäck, 2004, s. 65). Deltagerdemokrati fokuserer således mere på direkte handling og deltagelse fra borgerne. I et deltagerdemokrati har borgerne direkte indflydelse på beslutninger, enten gennem direkte afstemninger eller ved at deltage i beslutningsprocessen på andre måder.

I Danmark kommer deltagerdemokratiet blandt andet til udtryk ved offentlige høringer, hvor borgere og organisationer kan fremsætte deres synspunkter om bestemte politiske emner eller lovforslag eller borgerinitiativer, hvor borgere i Danmark kan indsamle underskrifter for at fremme bestemte politiske sager og få dem på dagsordenen i Folketinget. Det kommer også til udtryk ved, at borgere i Danmark har ret til at få adgang til information om offentlige beslutninger og politikker gennem offentlighedsloven og aktindsigt. Et andet eksempel er valg og folkeafstemninger, som var tilfældet i 2015, hvor borgere i Danmark stemte om retsforbeholdet. Disse eksempler viser, at Danmark er et deltagerdemokrati, hvor borgere har mulighed for at påvirke politiske beslutninger og deltage aktivt i samfundet. Disse eksempler kan således siges at understrege, hvorfor det netop er vigtigt, at unge borgere, som indeværende speciale er interesseret i, ligeledes interesserer sig for samfundet og deltager aktivt i det, fordi deres stemme også tæller og netop er medvirkende til at opretholde demokratiet.

9.1.3 Samtaledemokratiet

Strömbäck (2004) beskriver begrebet samtaledemokrati, også kaldet deliberativt demokrati, som et demokrati, hvor der er fokus på diskussion og samtale som den centrale demokratiske beslutningsmetode (Strömbäck, 2004, s. 66). Hvor deltagerdemokratiet anser, at demokratiet skal fyldes med aktiv folkelig deltagelse for at kunne leve, dækker samtaledemokratiet snarere over, at demokratiet skal fyldes med politiske diskussioner og dialoger. I et samtaledemokrati skal der således være en levende offentlig samtale eller en "borgerlig offentlighed" for at bruge Jürgen Habermas' udtryk (Strömbäck, 2004, s. 66). De krav, som den samtaledemokratiske

model stiller til politikerne og borgere er grundlæggende de samme: Både politikere og borgere skal altid være parate til at deltage i offentlige politiske diskussioner og i disse diskussioner være en lytter såvel som en taler og bruge objektive, rationelle argumenter (Strömbäck, 2004, 67-68). I samtale-demokratiet er den politiske samtale vigtig for at sikre, at den almene interesse prioriteres over individers egeninteresser i politiske beslutninger. Konflikter anerkendes som uundgåelige, men dialog og debat anses som den eneste acceptable måde at håndtere dem på. I denne forståelse bidrager politiske samtaler, debat og dialog til bedre beslutninger og er afgørende for et levende demokrati (Strömbäck 2004, s. 66-68).

Danmark er kendt for at have en tradition for deliberativt demokrati, hvor samtale og dialog spiller en vigtig rolle i politiske beslutningsprocesser, hvilket blandt andet kommer til udtryk ved borgertopmøder, hvor tilfældigt udvalgte borgere inviteres til at diskutere vigtige politiske spørgsmål og komme med forslag til løsninger, offentlige høringer og politiske debatter, hvilket foregår både i medierne og i parlamentet, hvor debatterne giver politikere og borgere mulighed for at udveksle synspunkter og diskutere politiske spørgsmål på en åben og demokratisk måde. Disse eksempler viser, hvordan Danmark er et samtale-demokrati, hvor dialog, deliberation og offentlig debat spiller en vigtig rolle i politiske beslutningsprocesser, men også hvordan medierne spiller en aktiv rolle i samtale-demokrati, hvilket vi vil komme nærmere ind på senere.

9.1.4 Sociale kontrakter i samfundet

Strömbäck (2004) beskriver, at forholdet mellem medier og journalistik kan sammenlignes med en social kontrakt (Strömbäck, 2004, s. 72-73). Grundtanken er, at de parter, der indgår en social kontrakt, afgiver egen magt og egen deltagelse. Ifølge den tankegang vælger mennesker at være en del af et samfund og overgiver deres magt til den lovgivende magt for at opnå beskyttelse af ens frihed og ejendom. Politisk magt delegeres fra folket til den lovkonstituerende magt – men kun så længe den lovgivende magt handler i overensstemmelse med sin del af samfundskontrakten (Strömbäck, 2004, s. 72-73). Overført til forholdet mellem demokrati på den ene side og journalistik og medier på den anden, betyder den sociale kontrakt fra statens side, at den garanterer visse grundlæggende friheder og rettigheder. Det omfatter ikke mindst ytrings- og pressefriheden. Den demokratiske stat giver dermed afkald på magten til at kontrollere den debat og information, der bliver spredt, både via og uden for medierne. For den demokratiske stat betyder den sociale kontrakt derfor en moralsk forpligtelse til at afstå fra censur eller andre tvangsmidler (Strömbäck, 2004, s. 72-73). Herudover pointerer Strömbäck,

at demokratiet på den anden side har visse behov, der på en eller anden måde skal mødes, før det fungerer. Dette omfatter hovedsageligt en dobbeltsidet informationsoverførsel. Politikerne i et demokrati har brug for at være informeret om, hvad der sker i samfundet og om folks meninger, og borgerne i et demokrati har brug for at være informeret om offentlige beslutninger, lovforslag og om, hvordan magten udøves. For medierne medfører den sociale kontrakt derfor en juridisk og moralsk forpligtelse til at erhverve og formidle relevant information (Strömbäck, 2004, s. 73).

Strömbäck fremhæver i forlængelse heraf, at journalistik bør ses som en demokratisk praksis: "Demokrati kræver journalistik, journalistik kræver demokrati. Demokrati og journalistik er to forbundne enheder; det ene kan ikke eksistere uden det andet. Derfor bør journalistik i sidste ende ses som en demokratisk praksis" (Strömbäck, 2004, s. 74, egen oversættelse). Medieideologisk tilhører denne position den sociale ansvarsideologi, der netop anskuer, at medierne har et ansvar for samfundet og demokratiet, hvorfor Strömbäck betragter det som værende rimeligt, at der er politisk regulering af mediemarkedet, som for eksempel public service (Strömbäck, 2004, s. 74).

9.1.5 Medier og journalistik

Mens den demokratiske stat afholder sig fra at begrænse mediernes frihed, er det vigtigt at huske, at medier og journalistik ikke er det samme. Strömbäck (2004) pointerer, at da pressefriheden blev etableret, var det ikke fordi medierne som sådan fortjente en forfatningsmæssig frihed, som andre virksomheder ikke fortjener (Strömbäck 2004, s. 75). Erhvervsfrihed for medievirksomheder og pressefrihed behøver ikke begrebsmæssigt at være det samme, selv om de i praksis falder sammen. Strömbäck (2004) beskriver, at det snarere handlede om at sikre ytringsfriheden, som pressefriheden er en del af. Ytringsfrihed er til gengæld demokratisk nødvendigt for, at borgerne kan indsamle, bearbejde og formidle information, der er nødvendig for at kunne fungere som borger, med ansvar i og for demokratiet. Det er nødvendigt, at folks politiske tænkning er præget af oplyst forståelse og ikke kun forudfattede meninger (Strömbäck, 2004, s. 75). Det viser, at det er forkert at bruge ordene medier og journalistik som synonymmer, selvom det ofte sker, hvilket Strömbäck (2004) betragter som en "en leksikalsk fejl" (Strömbäck, 2004, s. 75). Sprogligt betyder medier "kanaler til formidling af information", mens journalistik handler om en bestemt form for medieindhold (Strömbäck, 2004, s. 75).

At bruge medier og journalistik som synonymmer er derfor at forveksle form og indhold; det risikerer også, ifølge Strömbäck, at udvande begrebet journalistik (Strömbäck, 2004, s. 75-).

76). Journalistikken har ganske vist brug for medier for at kunne formidles, men det er ikke givet, at medier nødvendigvis formidler journalistik i særdeleshed. Medierne kan lige så godt engagere sig i at sprede andet medieindhold, såsom reklamer, tv-serier eller musik (Strömbäck, 2004, s. 75-76). Strömbäck beskriver, at medier med andre ord er generelt komplekse organisationer, der lever på de vilkår, som blandt andet andre politiske, teknologiske og økonomiske forhold – med undtagelse af internettet, der, ifølge Strömbäck, måske skal ses som en kommunikationsform frem for et medie.

Fællesnævneren for medierne er, at de producerer og formidler medieindhold til stort set alle, der er interesseret i og har råd til at forbruge det. Til det fastslår Strömbäck (2004), at medier dog ikke er det samme som medieindhold (Strömbäck, 2004, s. 76). At demokratiet giver medierne en særlig beskyttelse, som andre organisationer ikke har ret til, skyldes, at medierne er nødvendige kanaler for formidling af information. Selvom demokratiet ikke har ret til at begrænse mulighederne for at sprede reklamer, musik eller sladder via medierne, er det primært journalistikken og debatten om politik og samfundsforhold, der er demokratisk centralt. Det er ved at levere netop disse former for medieindhold, at medierne lever op til deres del af den sociale kontrakt med demokratiet (Strömbäck, 2004, s. 76).

Vi er bevidste om, at Strömbäck ikke specifikt nævner sociale medier og de bias, der er forbundet herved, såsom fake news, ekkokamre, filterbobler og algoritmer, som vi vil komme nærmere ind på senere i projektet. Vi er også bevidste om, at Strömbäck ikke specifikt fokuserer på unge mennesker, som vi i indeværende speciale er interesserede i, men snarere på en borgerlig idealtipe, der er myndig. Vi er her bevidste om, at vores respondenter er myndige, men der er nogle faktorer, vi mener, man bør fokusere på, når der er tale om unge mennesker. De fleste gymnasieelever er hjemmeboende og befinder sig dermed i overgangen fra barn til voksen og skal højst sandsynligt først til at lære at navigere i en verden, hvor der stilles flere demokratiske krav til dem. Denne betragtning kommer vi nærmere ind på senere. Vi vil nu se nærmere på, hvilke indholdsmæssige krav, der stilles til journalistikken.

9.1.6 Krav til journalistikken

Der eksisterer et ideologisk aspekt i journalistik, som ikke findes på samme måde for andre typer medieindhold. Ifølge Strömbäck (2004) skal journalistik først og fremmest være sand (Strömbäck, 2004, s. 76). Journalistik er ikke fiktion, men en form for beskrivelse eller fortælling om virkeligheden. Selvom fiktion aldrig er uafhængig af forfatteren, skal journalistikken

beskæftige sig med virkeligheden ud over journalisternes egne meninger og værdier. Journalistik skal i en eller anden forstand være objektiv og kontrollerbar (Strömbäck, 2004, s. 76). Journalistik som idé adskiller sig således fra fiktivt medieindhold ved, at dens første loyalitet er over for sandheden. Men journalistik adskiller sig også konceptuelt fra reklame, underholdning og propaganda (Strömbäck, 2004, s. 76). Formålet med journalistik er således at fortælle om og beskrive virkeligheden i offentlighedens navn så sandfærdigt som muligt.

Grunden til, at sandhedskravet er så grundlæggende i og for journalistikken, kan deles op i to dele. For det første er det et spørgsmål om journalistisk egeninteresse. Det er ved at levere præcise nyheder, ved at beskrive virkeligheden så sandfærdigt som muligt, at journalistikken kan retfærdiggøre dens eksistens og dens krav til borgernes opmærksomhed. Uden det ville journalistikken miste den fordel, den har i konkurrencen om borgernes opmærksomhed. Uden den ville journalistikken også miste dele af deres magt til at påvirke samfundsudviklingen, da journalistikkens magt stammer fra dens troværdighed som formidler af "sande" nyheder (Strömbäck, 2004, s. 78). For det andet handler sandhedskravet om journalistikkens del af samfundskontrakten med demokratiet. Strömbäck fastslår, at demokratiet har brug for journalistik som informationsmægler, når det kommer til nyheder af relevans for politik og samfundet, men det forudsætter, at informationen er til at stole på. Især i betragtning af den magt medierne kan udøve, kan det få katastrofale konsekvenser for både samfundet og enkeltpersoner, hvis det journalistiske indhold var falsk og vildledende, og at folk samtidig antager, at den er til at stole på (Strömbäck, 2004, s. 78). Men hvis sandhedskravet er så centralt for journalistikkens påstand om legitimitet og dens evne til at leve op til den sociale kontrakt med demokrati, hvad betyder det mere specifikt? Det spørgsmål kigger vi nærmere på nu.

Strömbäck (2004) fremhæver, at spørgsmålet om journalistik og sandhed normalt diskuteres i termer af journalistisk objektivitet, og som sådan er det et kontroversielt og kompliceret spørgsmål (Strömbäck, 2004, s. 78-79). Ganske vist mener de fleste, at journalistikkens sandhedskrav er centralt, men der er samtidig to indvendinger. Den første indvending er, at journalistisk objektivitet, ja objektivitet generelt, er umulig at opnå. Det er nogle gange baseret på, at ethvert forsøg på at opnå objektivitet i journalistikken vil eller risikerer at favorisere bestemte magtfulde grupper eller etablerede samfundsbeskrivelser, og det på bekostning af underresourcemæssige grupper og alternative opfattelser af samfundet. Det kan også være baseret på troen på, at journalistikken skal have lov til at tage stilling og skubbe til bestemte specifikke krav eller meninger (Strömbäck, 2004, s. 78-79).

Som tidligere nævnt forklarer Strömbäck (2004), at demokratimodellerne skal ses som idealtyper, hvor grænserne er flydende, og at de forskellige idealtyper tilskriver medierne og

journalistikken forskellige normative opgaver og positioner (Strömbäck, 2004, s. 56). Her kan man argumentere for, at det samme gør sig gældende for de normer, Strömbäck opstiller for journalistikken; de er idealtypiske og findes sjældent i rendyrket form i virkeligheden. Strömbäck opstiller nogle skarpe skel mellem journalistik og andre typer af medieindhold (jf. "Medier og journalistik"), og vi stiller os undrende overfor, hvorvidt disse skarpe skel eksisterer i praksis. Der er sket meget med mediebilledet siden 2004, og man kan argumentere for, at grænserne mellem forskellige typer af medieindhold er blevet mere flydende i takt med, at der er kommet nye medieplatforme til. Samtidigt er der også sket noget med journalistikken, der gør, at den ikke altid nødvendigvis er objektiv og uafhængig. Eksempler på dette er natives-artikler og sponsoreret og betalt indhold, der til forveksling ligner journalistisk indhold. Vi betragter således ovenstående som en idealtipe af journalistikken snarere end en afspejling af journalistik i praksis.

9.1.7 Journalistikkens krav i samtale- og deltagerdemokrati

Vi har nu redegjort for begreberne samtaledemokrati og deltagerdemokrati samt borgerens såvel som journalistikkens ansvar for at leve op til de sociale kontrakter i samfundet, og vi vil nu se nærmere på, hvad journalistikken skal leve op til i et samtale- og deltagerdemokrati.

Deltagerdemokratiets krav til journalistikken

Et deltagerdemokrati får, ifølge Strömbäck (2004), sin styrke gennem borgerens engagement. Demokratiet kan aldrig blive stærkere, end hvad borgerne selv gør det til, og et demokrati "bygges op nedefra" (Strömbäck, 2004, s. 92). Strömbäck (2004) opstiller en række normative krav for medierne og journalistikkens rolle i deltagerdemokratiet, hvoraf et af kravene lyder, at medierne og journalistikken skal bringe nyheder, som borgerne synes er vigtige og presserende (Strömbäck, 2004, s. 92). Strömbäck (2004) fremhæver, at politik ikke blot skal fremstilles som noget, der kun er forbeholdt de særligt engagerede eller dem, der allerede er politisk aktive (Strömbäck, 2004, s. 92). Det betyder også, at politik skal forstås som noget mere end blot partipolitik; politik er alt, hvad der vedrører fælles anliggender, og det er vigtigt, at journalistikken fremstiller politik på den måde (Strömbäck, 2004, s. 92). Hvis medier og journalistik giver billedet af politik som et anliggende kun for dem, der allerede er involveret, og som almindelige mennesker stadig ikke kan påvirke, så visner demokratiet. Så kan man ifølge deltagelsesdemokratiet argumentere for, at medierne og journalistikken underminerer demokratiet (Strömbäck, 2004, s. 92).

Ud fra det perspektiv opfylder medierne sin del af den sociale kontrakt med demokratiet ved at levere journalistik, der er baseret på borgernes egne erfaringer og meninger, der netop mobiliserer og engagerer mennesker, og som giver borgerne en fremtrædende plads i journalistikken. Men det er ifølge Strömbäck ikke nok. Det kræves også, at medier og journalistik forstår borgerne som aktive subjekter med muligheder for at handle, deltage og gøre en forskel. Af denne årsag skal medier og journalistik give plads til, at borgerne kan blive hørt (Strömbäck, 2004, s. 92-93). Journalistikken er til for borgerne, og dens opgave er at gøre det nemt og bekvemt for dem at sætte sig ind i politiske og samfundsmæssige forhold samt at deltage i den offentlige debat (Strömbäck 2004, s. 92-93).

Samtaledemokratiets krav til journalistikken

Strömbäck (2004) beskriver, at essensen af den samtaledemokratiske model er, at de politiske samtaler er nøglen til en livlig diskussion, men at det kræver politiske samtaler af en bestemt karakter (s. 95). De politiske samtaler skal tage udgangspunkt i politisk ligestilling og omfatte mange – ikke kun de politiske eliter. Der skal være en stræben efter fælles forståelse og intellektuel åbenhed, et fravær af stræben efter dominans samtidig med, at samtaler skal baseres på rationelle og saglige argumenter. Den samtaledemokratiske tradition rummer også en stor tillid til den politiske offentlighed og den offentlige samtale (Strömbäck, 2004, s. 95). Det grundlæggende krav, som samtaledemokratiet stiller til medierne og journalistik er, at de aktivt skal bidrage til deliberative politiske samtaler og diskussioner baseret på faktuelle og rationelle argumenter, politisk lighed, fravær af dominans, stræben efter intellektuel åbenhed og fælles forståelse. Dette krav gælder både for medierne som formidlere af journalistik, der skal være så sandfærdig som muligt, og som udbyder af en arena for debat og diskussion, der er åben for alle. Set i forhold til mediernes demokratiske opgaver er både informationsopgaven og forumopgaven derfor centrale (Strömbäck, 2004, s. 95-96). Det er således mediernes opgave at bidrage til den politiske samtale i den medierede offentlighed, og medierne har dermed et medansvar for at samtaledemokratiets idealer imødekommes (Strömbäck, 2004, s. 95).

Udover at facilitere offentlig samtale bør journalisterne bidrage til at de politiske debatter og samtaler bliver meningsfyldte og at det ikke kun er de mest ressourcestærke eller højtråbende, som bliver hørt. På denne måde kan journalistikken bidrage til almenvellet, men også til egen fordel. Strömbäck (2004) argumenter nemlig for, at hvis folk bliver trætte af en politisk debat, der er præget af konfrontation og "skænderi", er der risiko for, at folk vender sig væk fra både politik og journalistik. En anden pointe er hermed, at hvis journalistik kan bidrage til

øget politisk interesse og en politisk diskussion, der både opfattes som mere relevant af borgerne, kan interessen derimod stige for både politik og journalistik (Strömbäck, 2004, s. 96).

En anden opgave, som Strömbäck (2004) fremhæver, at journalistikken står overfor i samtale demokratiet er, udfordringen i at bringe en overvægt af negative nyheder (s. 97). Han mener, at journalistikken bør modarbejde en fiksering på at bringe negative nyheder, fordi det giver borgerne et falsk billede af virkeligheden, hvis der er en overvægt af negative nyheder frem for positive. Siden folk i høj grad baserer deres meninger på mediernes billeder af virkeligheden, vil det naturligvis have konsekvenser for, hvordan folk opfatter virkeligheden. Det kan medføre, at folk ikke synes, det er værd at engagere sig, for problemer eksisterer altid, og man får sjældent at vide, om problemet er blevet løst (Strömbäck, 2004, s. 97). Ifølge denne forståelse rummer medierne og journalistikken et stort ansvar for, hvordan borgerne forstår det samfund de lever i og hvordan de agerer som medborgere i samfundet.

9.1.8 Opsummering

På baggrund af Strömbäcks normative teori kan der således udledes, at det betyder noget, hvor borgerne får deres nyheder fra. Det er således ikke uvæsentligt, om borgerne hovedsageligt konsumerer nyheder fra platforme og medier, der appellerer til enkeltinteresser eller platforme, der understøtter et demokratisk fællesskab. Indenfor både deltager- og samtale demokratiet er det essentielt, at borgerne får deres information fra kilder, der leverer et sandfærdigt billede af virkeligheden og dermed tilegner sig en viden, der kan sætte dem i stand til på et oplyst grundlag at fungere som borgere i samfundet. Men det er ikke kun medierne og journalisten, der har et ansvar; borgerne har ligeledes et ansvar for at engagere sig i samfundet og holde sig opdaterede. Dette sammenspil er medvirkende til at opretholde demokratiets sammenhængskraft.

Vi vil med teoretisk afsæt i Strömbäck dermed undersøge, hvad det vil sige at være en informeret borger, når man er ung i en medieret verden. Vi er bevidste om, der er der er sket meget med medie billedet siden 2004, hvorfor der er nogle parametre, som Strömbäck ikke har medtaget i sin teori, som, vi finder, er mangelfulde i forhold til den nye medievirkelighed, som vi lever i nu. Her tænker vi specifikt på sociale medier og de bias, der er forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier samt italesættelsen af unge mennesker, der befinder sig i krydsfeltet mellem barn og voksen, og højst sandsynligt først lige skal til at lære at navigere i en verden, hvor der stilles flere demokratiske krav til dem. Vi er netop interesserede i at undersøge, om unge mennesker kan leve op til Strömbäcks idealer og indgå som oplyste borgere i samfundet til trods for disse bias. Vi undrer os derfor over, hvorvidt vi kan oprette et nyt ideal,

hvor sociale medier tages i betragtning. Hvis flere borgere bliver mindre informerede, hvad vil det betyde for demokratiet? Det er således nogle af de parametre, vi vil undersøge i dette speciale.

De følgende afsnit har til formål at konkretisere, hvordan medierne på forskellige måder udfylder denne rolle i samfundet, og er således ikke at betragte som klassiske teoriafsnit, men danner snarere en kontekst for analysen.

9.2 Politisk medieregulering i Danmark

I dette afsnit vil vi kigge nærmere på, den politiske regulering af mediemarkedet i Danmark i form af public service-aftalen for at fastslå, hvordan Danmark søger at efterleve de førnævnte idealtyper i et samtale- og deltagerdemokrati, som vi anser, at Danmark er. Vi vil således se nærmere på, hvilke formål og udfordringer, der er forbundet hertil.

I rapporten “Public service – de næste 10 år” (2016), som Kulturministeriet og public service-udvalget står bag, bliver public service-mediernes rolle i medielandskabet netop diskuteret. I rapporten fremgår det, at en del af medierne, så som dagblade på print og web, nye netmedier og public service-medierne, spiller en mere direkte rolle for vores folkestyre og kulturliv: “Det sker ved, at de bidrager til samfundsmæssig oplysning og til demokratisk debat og deltagelse. På den måde er de med til at opretholde og udvikle medborgerskab, som er nødvendigt i et velfungerende demokrati” (Kulturministeriet, 2016, s. 40). På samme tid skal disse medier ideelt set fungere som samfundets “vagthund”, der netop har for øje, at den samfundsmæssige magt ikke bliver misbrugt. Udvalget argumenterer tillige for, at medborgerskab kun kan fungere, når det er forankret i en kulturel identitet. Det betyder imidlertid, at mediernes funktion som formidler og skaber af kultur ligeledes er vigtig: “Det bidrager ikke blot til borgernes aktive deltagelse i kulturlivet, men understøtter også nogle af de mest grundlæggende elementer i et samfundsmæssigt fællesskab og i den personlige identitet” (Kulturministeriet, 2016, s. 40).

I rapporten beskrives det endvidere, at medier med demokratiske og kulturelle funktioner er kendetegnet ved to forhold; at de beskæftiger sig med samfundsmæssige og kulturelle anliggender, og at de er tilgængelige for befolkningen. Det kan hermed siges, at medier, der efterlever begge disse forhold, både medvirker til at styrke demokratiet og bidrager til at fastholde det, der definerer det samfundsmæssige fællesområde (Kulturministeriet, 2016, s. 40). Dette stemmer også overens med Strömbäcks argument om, at journalistikken og debatten om politik og samfundsforhold er demokratisk centralt, og det er denne type medieindhold, der kan siges

at leve op til mediernes del af den sociale kontrakt med demokratiet (Strömbäck, 2004, s. 76). Som resultat heraf vil det medvirke til, at den samfundsmæssige sammenhængskraft opretholdes, netop fordi de sociale, politiske og kulturelle forskelle og konflikter bliver gjort til genstand for fælles drøftelse, hvor alle kan være med (Kulturministeriet, 2016, s. 40-41).

9.2.1 Definition af public service

I rapporten beskriver public service-udvalget, at de, med udgangspunkt i den nye medievirkelighed, har fastlagt følgende definition af public service:

Medievirksomhed, som med offentlig regulering af indhold, distribution og finansiering, giver alle borgere fri og lige adgang til et mangfoldigt og alsidigt indhold, der upartisk understøtter borgernes handleevne i det danske folkestyre i en globaliseret verden samt uafhængigt af kommercielle og politiske særinteresser styrker dansk kultur, sprog og sammenhængskraft (Kulturministeriet, 2016, s. 55).

Ovenstående definition indebærer således, at privatejede publicistiske medier ikke bliver betragtet som public service-medier, til trods for de har mange af de samme samfundstjenlige funktioner som public service-medierne. Årsagen bunder i, at disse privatejede publicister ikke er pålagt at løse bestemte mediemæssige opgaver rent lovmæssigt, hvorfor de heller ikke er underlagt offentlig regulering af hverken finansiering eller distribution (Kulturministeriet, 2016, s. 55). Vi vil ikke underkende, at publicistiske medier kan bidrage til at skabe samfundsmæssig oplysning, men vi vil, ligesom public service-udvalget, skelne mellem ”publicisme” og ”public service” i dette speciale (Kulturministeriet, 2016, s. 55). På denne måde betragter vi kun de medier, der gennem offentlig regulering er blevet pålagt publicistiske opgaver som public service-medier.

9.2.2 Udfordringer i forhold til unge

En del af public service-forpligtelserne beror på at følge medieudviklingen og løbende forholde sig til den. Udvalget har derfor valgt at fremhæve nogle pointer, som der efter deres opfattelse bør blive taget højde for i forbindelse med udviklingen af reguleringsformer for public service inden for de næste 10 år, hvor både brugerne af de traditionelle flowmedier og af de digitale platforme bliver imødekommet (Kulturministeriet, 2016, s. 113). I rapporten fremgår det, at der især er en stor udfordring, hvad angår børn og unge. Udfordringen beror på, at public service-medier ikke er de unges førstevalg, og udvalget pointerer endda, at public service-medier

for nogles vedkommende slet ikke er en del af deres repertoire – det fremgår af den metaanalyse, som The Reuters Institute for Study of Journalism, University of Oxford, har gennemført for public service-udvalget (Kulturministeriet, 2016, s. 12-13).

Dette vidner om, at der også fra politisk side er fokus på at skabe og formidle nyheder, der i højere grad appellerer til de unge samt en erkendelse af, at det nuværende nyhedstilbud ikke rammer alle målgrupper. Som tidligere nævnt har public service-medier en positiv effekt som fællesskabsgenererende i samfundet, og samfundets sammenhængskraft kan siges at blive styrket, når der er et grundlag for fælles viden og debat. Det er derfor problematisk, hvis de unge slet ikke interesserer sig for disse tilbud. Public service-udvalget beskriver, at befolkningen kan siges at være splittet af en generationskløft, der består af de yngre (15-25-årige) onlinebrugere på den ene side og den ældre halvdel (40+) af borgerne, som fortrinsvis anvender de traditionelle medier, på den anden side (Kulturministeriet, 2016, s. 12-13).

Disse udfordringer rejser imidlertid spørgsmålet om, hvordan man kan øge de unges brug af public service-medier, hvorved udvalget fastslår, at det er en politisk opgave: “Det må derfor være en mediepolitisk opgave at udvikle reguleringsformer, der understøtter og fremmer mediebrug, der inviterer til den form for bredere samfundsmæssig forståelse, som folkestyret hviler på” (Kulturministeriet, 2016, s. 13). I den forbindelse har udvalget set nærmere på, hvilke rammebetingelser der bør være for public service i det nye medielandskab, så de danske public service-medier kan nå et bredt udsnit af danskerne – herunder børn og unge – med public service-tilbud på de platforme, danskerne anvender. Disse rammebetingelser har blandt andet udmøntet sig i, at public service-medierne skal være til stede på de digitale platforme, hvor de målgrupper med mere digitale medievaner netop befinder sig (Kulturministeriet, 2016, s. 113-116). I forlængelse af dette skal public service-medierne således have fri adgang til at nå brugerne med public service-indhold på alle relevante digitale platforme, uanset om det er via internet, virtual reality eller andre måder. Udvalget fastslår, at hvis dette ikke indfries, vil det i modsat fald medføre, at public service mister sin betydning for store grupper af befolkningen og at public service-medierne langsomt vil dø ud (Kulturministeriet, 2016, s. 113-116).

Udvalget fremhæver, at kontinuerlig udvikling af branding og indhold ligeledes spiller en væsentlig rolle i forhold til at fastholde børn og unge. Udvalget pointerer nemlig, at børn og unge formentligt vil vælge public service-indhold, hvis indholdet tiltaler dem i den givne situation på den valgte platform uanfægtet af, hvem der har produceret det (Kulturministeriet, 2016, s. 113-116). Det stiller således krav til, at public service-medierne i højere grad skal “gøre brug af de muligheder, som de digitale platforme tilbyder, i form af muligheder for deltagelse, dialog og fri adgang til attraktivt indhold til unge” (Kulturministeriet, 2016, s. 115).

Alle disse rammebetingelser, som vi har valgt at fremhæve, har netop til formål at understøtte borgernes handleevne i det danske folkestyre og styrke dansk kultur, sprog og sammenhængskraft. Ønsker man public service-medier, der lever op til de overordnede public service-formål, skal de således leve op til disse krav.

9.3 Medialisering

For at blive i stand til senere at kunne diskutere, hvilken betydning det nuværende mediebillede betyder for unges nyhedsvaner og demokratiet, vil vi nu se nærmere på den digitale udvikling og medialiseringen, der har stor betydning for, hvordan vi handler i det senmoderne samfund. Dette vil vi gøre ved hjælp af værket *Medialisering – Mediernes rolle i social og kulturel forandring* fra 2016 af Stig Hjarvard. Heri skildrer Hjarvard, at *medialisering* er en proces, hvor medierne stadig spiller en stor rolle i samfundet, herunder i politik, kultur og i personlige relationer. Det indebærer, at medierne påvirker og formidler vores opfattelser, holdninger og adfærd, og at vores samfund i stigende grad er afhængige af medierne som kilde til information og kommunikation, som også Strömbäck pointerede (Strömbäck, 2004, s. 76).

Ifølge Hjarvard (2016) fortsætter medialiseringen med at blive mere udbredt i takt med udviklingen af nye teknologier og kommunikationsformer, og det har haft en stor indvirkning på måden, hvorpå vi kommunikerer og interagerer i vores daglige liv (Hjarvard, 2016, s. 29-31). Hertil tilføjer Hjarvard, at medialisering bør forstås som en “overgribende proces i det højmoderne samfund på linje med andre tilsvarende modernitetsprocesser som urbanisering, globalisering og individualisering” (Hjarvard, 2016, s. 30). Medialiseringen kan dermed beskrives som værende en nutidig udvikling, hvor samfundet i stigende grad underlægges eller bliver afhængig af medierne og deres logik.

Ydermere tilføjer Hjarvard, at indførelsen af nye medier kan skabe basis for ændringer i kommunikationsmønstrene, hvilket bidrager til ændringer i de sociale formationer. Selvom forandringer er historisk specifikke og betragtes som en metaproces på samme niveau som individualisering, som er en langsigtet og overordnet civilisatorisk proces siden begyndelsen af menneskesamfundene. Dermed har medierne konstant bidraget til social forandring gennem historien, men deres påvirkning kommer til udtryk på forskellige måder og tider (Hjarvard, 2016, s. 26).

Medialiseringen af samfundet har således været en central drivkraft bag transformationen af kommunikation og informationsudveksling, og i denne sammenhæng spiller sociale medier en afgørende rolle. I det følgende afsnit vil vi udforske nærmere, hvordan sociale medier har

påvirket måden, hvorpå vi opfatter, deler og forhandler nyheder og information i dagens samfund.

9.4 Sociale medier

For at definere begrebet sociale medier tager vi udgangspunkt i værkerne *Sociale Netværksmedier* fra 2016 af Lisbeth Klastrup og *Sociale medier* fra 2018 af Jakob Linde Jensen og Jesper Tække. Lisbeth Klastrup (2016) betegner sociale medier som værende en “bred vifte af tjenester, der tillader onlinebrugere at interagere med hinanden omkring brugerpubliceret indhold” (Klastrup, 2016, s. 9). Det er dermed en samlebetegnelse for en række tjenester, hvorved det er muligt for individer at interagere med hinanden på kryds og tværs, uanset social status. Videre forklarer Klastrup, at der indenfor sociale medie-genren findes en række netværksmedier, hvorunder eksempelvis kommunikationsplatformene Facebook, Twitter og Instagram indgår. Klastrup definerer sociale netværksmedier som følger:

En genre af onlinekommunikationsplatforme, der kan tilgås fra mange forskellige terminaler, som f.eks. computere, tablets eller smartphones. De gør det muligt for deres brugere at forbinde sig til – og dele indhold med – et *netværk* af andre brugere via deres *profil* på tjenesten. Indholdet tilgås typisk via en *nyhedsstrøm* (“news feed”) (Klastrup, 2016, s. 10).

Denne definition har Jensen og Tække valgt at udvide, fordi de mener, at mange sociale medier ikke kun handler om at netværke, hvorfor de definerer digitale sociale medier meget bredere med følgende definition:

Digitale sociale medier er en særlig type internettjenester, hvor brugere kan kommunikere (herunder eksempelvis dele information, billeder og musik). De fungerer gennem en digital infrastruktur, der muliggør, afgrænser og påvirker kommunikationen. Sociale mediers indhold er brugergenereret (produceret, remikset eller som minimum kopieret ind). Digitale sociale medier giver principielt mulighed for interaktion (tovejskommunikation). Sidst kan de næsten altid tilgås gennem forskellige slags interfaces og forskellige terminaler (Jensen & Tække, 2018, s. 41-42).

Hertil tilføjer Jensen og Tække yderligere, at sociale medier ikke længere alene handler om kommunikation, men også om information, som man blandt andet kan tilgå gennem Tripadvisor og Wikipedia (Jensen & Tække, 2018, s. 41). Dette bevidner også om, hvilket tempo sociale medier udvikler sig i, og hvordan de sociale medier bestandigt udvider deres funktioner for at lade brugerne interagere med hinanden så meget som muligt gennem de forskellige netværksmedier. Yderligere tilføjer Hjarvard (2016), at denne påvirkning og udvikling fra mediernes netværkslogik bør ses som en generel medialisering, som vedrører hele samfundet. Dijk (2012) og Castells (2003) kalder netværkssamfundet for en “distinkt samfundsformation” (Hjarvard, 2016, s. 53), hvor sociale og digitale netværk kommer til at spille en afgørende rolle for magt og værdiskabelse i den globaliserede verden. Derudover mener Dijk og Castells, at de digitale medier og sociale netværksmedier spiller en kritisk rolle som infrastruktur i netværkssamfundet. Ligeledes tilføjes det, at “adgangen til styringen af netværk er således blevet helt afgørende for at forstå magtudøvelsen i moderne samfund” (Castells, 2003; Hjarvard, 2016, s. 53).

Helt funktionelt skildrer Klastrup (2016), at der synes at være opstået konsensus om, at sociale medier er digitale medieplatforme, der tillader brugere: “1. At publicere eget indhold i form af enten egenproduceret materiale eller kuratet indhold (det vil sige videreformidling af og kommentarer til indhold produceret af andre, [...]). 2. At interagere med andre brugere omkring det publicerede indhold” (Klastrup, 2016, s. 19). En fælles betegnelse for sociale medier kan dermed lyde på, at disse bruges til at dele og publicere eget indhold samt lade andre brugere interagere gennem dette indhold. Med andre ord er brugere både forbrugere og producenter (Jensen & Tække, 2018, s. 148). Men vender vi tilbage til vores problemfelt, som omhandler unge gymnasieelevers nyhedsvaner, vil vi nu undersøge nyhedsbilledet på de digitale og sociale medier.

9.4.1 Nyheder på sociale medier

Vi finder det væsentligt at definere nyheder som begreb for at afklare, hvordan vi forholder os til nyheder i indeværende speciale. I den forbindelse har vi undersøgt i forvejen etablerede definitioner, men har dog ikke kunne nå en entydig definition.

Vi tager derfor udgangspunkt i Kabel og Sparre (1999), der har formet fem kriterier for, hvad en nyhed skal bestå af for at kunne betegnes som en nyhed:

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).

En nyhed skal dermed have et overraskende, opsigtsvækkende og modsætningsfyldt aspekt, som kan relateres til medieforbrugers liv eller miljø (Kabel & Sparre, 1999). Det er også vigtigt, at nyheden er aktuel og indeholder information, som ikke tidligere er blevet offentliggjort. Væsentlighed er også en vigtig faktor, da nyheden skal opfattes som relevant for samfundet. Derudover er det afgørende, at medierne opretholder ytringsfriheden og fungerer som en fjerde statsmagt ved at levere de nødvendige informationer for politisk meningsdannelse i et demokrati (Kabel & Sparre, 1999).

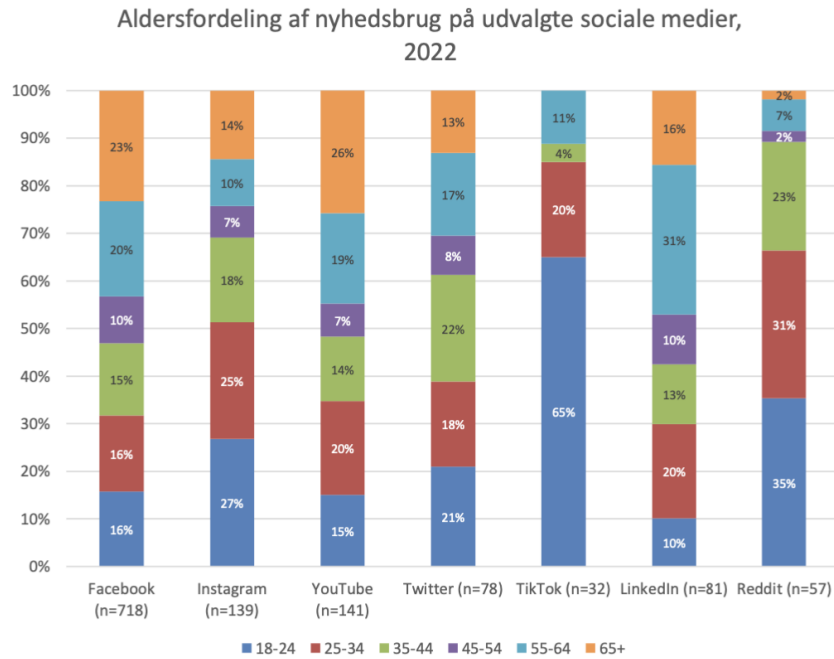
Produktionen af nyheder spiller således en stor rolle, når det gælder folkestyret og de demokratiske processer, som Strömbäck (2004) også påpegede i afsnittet 'Hvad er et demokrati?'. Som vi tidligere har præsenteret, har Kulturministeriet udformet en rapport omhandlende public service de næste 10 år fra 2016. Heri skildres det, hvordan nyhedsformidlingen før i tiden på Statsradiofonien (DR), var særligt omdiskuteret, fordi Radioavisen kun måtte formidle nyheder fra dagblade eller nyhedsbureauer. I 1964 stoppede dagbladene med at have kontrol over nyhedsformidlingen, og fra da og indtil årtusindskiftet var der en uofficiel arbejdsdeling, hvor public service-medierne lavede nyheder på radio og TV og de trykte medier formidlede nyheder på papir. Men denne arbejdsdeling ser meget anderledes ud i nutidens samfund, da alle nyhedsproducenter i dag bruger internettet til at formidle nyheder. Der er nu konkurrence på tværs af alle nyhedsproducenter, inklusive public service-medier, mediehuse, nye medier og store, udenlandske ejede distributionsplatforme, som eksempelvis Facebook. Selvom brugere og interessenter også skaber indhold på sociale medier, kommer størstedelen af de "traditionelle" nyheder stadig fra publicistiske medier, som også bruger de sociale medier som platform for nyhedsformidling (Kulturministeriet, 2016, s. 46).

Sociale mediers rolle i medieforbruget vokser, især blandt de unge, som ofte bruger sociale medier som deres primære eller eneste kilde til nyheder. Dette kan føre til en risiko for, at de unge kun får adgang til "nyheder" og synspunkter fra lignende miljøer og sjældent støder

på andre holdninger eller en mere nuanceret nyhedsformidling (Kulturministeriet, 2016, s. 38-39). Public service-nyheder er underlagt mere detaljerede krav end andre stofområder, herunder fordring om upartiskhed ved informationsformidlingen.

Ifølge Kulturministeriet (2016) skyldes en af de mest påfaldende ændringer i medieforbruget udviklingen af sociale medier. De fleste danskere har i dag en Facebook-profil og størstedelen af dem anvender Facebook dagligt, hvor de også tilgår nyheder og informationer. Sociale medier er blevet en fundamental kilde til information og nyheder (Kulturministeriet, 2016, s. 27-28). Denne data er dog indsamlet i 2016, hvor medieforbruget ser væsentligt anderledes ud end i dag. Ser vi på rapporten "Danskernes brug af nyhedsmedier 2022" (Schrøder et al., 2022) tydeliggøres det gennem kvantitative undersøgelser, hvordan den danske befolkning tilgår nyheder på sociale medier i dag, og hvilken udvikling der er sket de senere år. Her skildres det, hvordan Facebook i høj grad har været i fokus som den fortrukne nyhedsplatform gennem mange år. Dette har ændret sig til i dag at være "et langt mere differentieret landskab af sociale medier" (Schrøder et al., 2022, s. 19). Ligeledes pointeres det i rapporten, at det i 2022 er særligt iøjnefaldende, at især den yngste aldersgruppe af voksne, de 18-24-årige, bruger TV-nyheder væsentligt mindre end den ældste aldersgruppe, de +65-årige. Det samme gælder for brugen af trykte nyhedsmedier, hvor 34% af de ældste stadig bruger trykte nyhedsmedier, men kun 11% af de yngste benytter sig af disse. Dette skyldes brugen af sociale medier, hvor det tydeliggøres, at den yngste aldersgruppe i langt højere grad benytter sig af disse til nyhedskonsumering. Hele 50% af unge mellem 18-24 år tilgår nyheder gennem sociale medier (Schrøder et al., 2022, s. 19).

Rapportens data viser, at danskerne stadig inkorporerer forskellige typer af sociale netværksmedier, uanfægtet af om det omhandler nyheder eller andre formål. Særligt tydeliggøres det, hvordan unge mellem 18 og 24 år, som noget nyt, i høj grad er overrepræsenteret på appen TikTok (Schrøder et al., 2022, s. 19). På figuren nedenfor ses det, hvordan aldersgruppen 18-24 udgør hele 65%. Figuren nedenfor udgør aldersfordelingen af nyhedsforbrug på udvalgte sociale medier for 2022:



Figur 05: *Aldersfordeling af nyhedsforbrug på udvalgte sociale medier 2022* (Schrøder et al., 2022, s. 19).

Her visualiseres det tydeligt, hvordan den yngre befolkningsdel tilgår nyheder via appen TikTok langt mere end andre medieplatforme.

Efter at have undersøgt, hvordan sociale medier har ændret landskabet for nyhedsdistribution og informationsspredning, er det værd at rette opmærksomheden mod en udfordring: bias forbundet med nyhedskonsumering på disse platforme. Selvom sociale medier giver mulighed for hurtig og bred adgang til nyheder, kan de også være kilder til blandt andet algoritmer, filterbobler, ekkokamre og misinformation. I det følgende afsnit vil vi dykke ned i spørgsmålet om bias og de potentielle konsekvenser af nyhedskonsumering på sociale medier.

9.5 Bias forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier

I forlængelse af introduktionen af sociale medier vil vi nu se nærmere på de bias, der kan være forbundet med nyhedskonsumering på de sociale medier. Først og fremmest vil vi afdække, hvad vi forstår ved ordet "bias". Bias refererer til en systematisk tendens til at favorisere eller fordreje visse synspunkter, idéer eller informationer på bekostning af andre. Det kan opstå som et resultat af ubevidste fordomme, personlige holdninger eller en bevidst manipulation af information for at opnå en bestemt effekt eller agenda (Nickerson, 1998, s. 177).

Når vi taler om bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier, refererer det til den skævvridning eller forudindtagethed, der kan forekomme i de nyheder, vi ser på sociale medieplatforme. Sociale medier bruger eksempelvis algoritmer til at tilpasse og præsentere indhold baseret på vores tidligere interaktioner og præferencer. Dette kan skabe en såkaldt "filterboble" eller "ekkokammer" effekt, hvor vi primært udsættes for indhold, der bekræfter vores eksisterende holdninger og overbevisninger, samtidig med at andre perspektiver og informationer bliver overset eller underrepræsenteret (Bozdag & Hoven, 2015, s. 249).

Vi er af den opfattelse, at det er vigtigt at være opmærksom på bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier, da det kan påvirke vores opfattelse af virkeligheden og skabe en snæver forståelse af komplekse emner.

9.5.1 Fake news

Som tidligere nævnt er det, som en del af et deltager- og samtaledemokrati, væsentligt, at borgerne får deres information fra kilder, der leverer et sandfærdigt billede af virkeligheden og dermed tilegner sig en viden, der kan sætte dem i stand til på et oplyst grundlag at fungere som borgere i samfundet (Strömbäck, 2004, s. 82). Men der findes også det modsatte; nyheder, der ikke er sande, og medier og journalistik, der dermed ikke udfylder sin del af den sociale kontrakt med demokratiet. Vi vil se nærmere på begrebet "fake news", som vi anser som et af de bias, der er forbundet ved nyhedskonsumering på sociale medier. Vi finder det derfor relevant for dette speciale at få en vis forforståelse af, hvad fake news er eller kan være for en størrelse samt undersøge, hvordan unge, ifølge kvantitative data, forholder sig til begrebet. Vi har tidligere beskrevet, hvorfor tillid til medierne er vigtigt, og vil derfor ikke uddybe, hvorfor fake news er et problem (Strömbäck, 2004, s. 95).

I Slots- og Kulturstyrelsens rapport "Medietillid, fake news og faktatjek" (2020) ser Kulturministeriet nærmere på begrebet samt befolkningens tillid til medier i forhold til nyheder.

De belyser, at den teknologiske udvikling har medført, at der er kommet nye værktøjer, platforme og infrastruktur til, der meget hurtigt kan sprede alverdens blandet indhold, heriblandt fake news, i hidtil uset omfang (Slots- og Kulturstyrelsen, 2020, s. 6). Dog pointerer Kulturstyrelsen også, at forudsætningerne for at faktatjekke indholdet også er blevet bedre. Der findes et væld af forskellige opfattelser og definitioner af fake news-begrebet, hvorfor det påpeges i rapporten, at fake news er en kompleks størrelse, der er svær at definere entydigt (Slots- og Kulturstyrelsen, 2020, s. 6). I Europakommissionens "Handlingsplan for bekæmpelse af desinformation" (2018) defineres begrebet som følger:

Ved desinformation forstås oplysninger, der er verificeret som falske eller vildledende, som er fabrikeret, fremlagt og udbredt med henblik på økonomisk gevinst eller for bevidst at føre offentligheden bag lyset, og som kan være til skade for offentligheden. Begrebet "til skade for offentligheden" indbefatter trusler mod den demokratiske proces og offentlige goder såsom beskyttelsen af EU-borgernes sundhed, miljøet og sikkerheden. Desinformation omfatter imidlertid ikke utilsigtede fejl, satire og parodi, eller nyheder og kommentarer, der helt tydeligt er partiske (Europakommissionen, 2018, s. 4).

Slots- og Kulturministeriet omfattende medietillid og fake news fra 2020 afslører, at hele 27 procent af unge (18-29 år) ikke er enige i, at de nyhedskilder, de bruger, kun fejlagtigt rapporterer falske nyheder. Dette er væsentligt højere end andre aldersgrupper.

Til udsagnet "Jeg tror på, at de nyhedskilder, jeg benytter, er sande, og kun beretter falske nyheder som fejltagelser" har de 18-29-årige med i alt 59 % svaret, at de er helt enige (16 %) eller enige (43 %), hvilket er den mindste andel, der har tillid til deres egne nyhedskilder. Samtidigt har denne aldersgruppe den største andel, der er helt enige i udsagnet (16 %) (Kulturministeriet, 2020, s. 19). Ifølge Slots- og Kulturstyrelsens undersøgelse mener over halvdelen af den danske befolkning, at der findes danske nyhedsmedier, der bevidst producerer falske nyheder. Det skal bemærkes, at danskerne generelt har høj tillid til de nyhedsmedier, de selv benytter sig af (Kulturministeriet, 2020, s. 19). Som vi påpegede, er fake news en kompleks størrelse, og vi finder det derfor væsentligt at belyse, hvordan befolkningen forstår begrebet. Ifølge Slots- og Kulturstyrelsens undersøgelse svarer 90% af 18-29-årige ja til, at de kender begrebet (Kulturministeriet, 2020, s. 26), men ser vi på det samlede billede af befolkningen, forstås begrebet forskelligt: 61 % mener, at begrebet dækker over, at nyheden med vilje er forkert produceret af en nyhedsorganisation. "28 % mener, at fake news er en nyhed, der er

produceret af nogle, der lader som om, de er en nyhedsorganisation, 24 % mener, at fake news er, når præsentationen af nyheden er skæv og kun tilgodeser én side af sagen, 19 % mener, at de, der beskriver en historie som ”fake news”, gør det, fordi de er uenige i historien og 18 % mener, at nyheden er faktisk forkert ved en fejltagelse” (Kulturministeriet, 2020, s. 26-27).

Vi er opmærksomme på, at Slots- og Kulturministeriets rapport har en bredere målgruppe på 18-29 år, som er en bredere målgruppe end den, vi arbejder med i vores speciale (18-24 år). Vi mener dog stadig, at tallene kan fortælle os noget brugbart omkring emnet og italesætter nogle tendenser, som vi finder indsigtfulde. Vi ser, at især den unge generation er splittet i forhold til, hvorvidt de har tillid til de nyhedskilder, de bruger. Dette vil vi komme ind på senere i projektet i diskussionsafsnittet.

9.5.2 Algoritmer og filterbobler på sociale medier

Algoritmer opererer på alle sociale medier, selv Google menes at anvende algoritmer i forsøget på “at individualisere søgeresultater efter brugerens adfærdshistorik” (Pariser 2011a; Olesen 2015: 316; Lauridsen & Olesen 2018, s. 146). En algoritme er en abstrakt og utvetydig skildring af dataindsamling på internettet, som skræddersyer ens personlige nyhedsfeed på sine sociale medier, ud fra tidligere søgninger på nettet, opslag man har ‘liket’, personer man ‘følger’ eller deler venskab med (Lauridsen & Olesen 2018, s. 146).

Ligeledes anvender Facebook, Instagram og lignende sociale medier algoritmer med formålet om at optimere brugeroplevelsen og engagere brugerne så meget som muligt (Lauridsen & Olesen 2018, s. 146). Dette mener kritikere af sociale medier som nyhedskanal medvirker til at modarbejde diversiteten, som kritikerne ellers mener eksisterer i det etablerede mediebillede (Bozdag & Hoven 2015, s. 249). Forskere fra Delft University of Technology i Holland, Engin Bozdag og Jeroen van den Hoven skildrer, at denne ændring kan udgøre en seriøs trussel mod demokratiet, hvilket de belyser i deres artikel om filterbobler “Breaking the filter bubble: democracy and design” (2015) (Bozdag & Hoven 2015, s. 249). Ligeledes mener Bozdag og Hoven (2015), at filterbobler især er et problem ifølge den liberale opfattelse, fordi de ikke-gennemsigtige filtre, der anvendes af online-algoritmer, begrænser valgfriheden. Forskerne skriver, at:

The liberal view states that citizens must be aware of different opinions and options, in order to make a reasonable decision. A filter imposed on users—unknownst to them—will violate their autonomy, as it will interfere with their ability

to choose freely, and to be the judge of their own interests (Bozdag & Hoven 2015, s. 251).

Gennem det liberale synspunkt bør borgere kunne træffe egne beslutninger, hvilket ses problematisk, hvis der pålægges et filter, som man ikke kender til, og dermed ikke eksponeres for nyheder og informationer, som ikke indgår i ens egen interessesfære. Dette vil kunne krænke borgernes autonomi. Disse filtre kan samtidig skade “tankens frihed”, hvis algoritmerne kun tjener bestemte individers interesser. Individets tanke-, diskussions- og handlingsfrihed er nødvendige for at udvikle sindets selvstændige dømmekraft og uafhængighed.

Videre beretter Bozdag og Hoven (2015), at tankefrihed skaber fornuft og rationalitet, og til gengæld stimulerer og opretholder fornuften frihed. Ifølge den liberale opfattelse synes tabet af autonomi, der er forårsaget af filtre, at være hovedproblemet, mens mangfoldigheden af perspektiver og meninger ikke er et problem. Det synes dermed også vigtigt, at individet er selvbestemmende og har mulighed for at træffe egne beslutninger og valg, hvilket filterboblerne begrænser individet i at gøre (Bozdag & Hoven 2015, s. 251). En filterboble defineres som en situation, hvor en persons onlineoplevelser er personaliseret og skræddersyet til egne individuelle præferencer og tidligere adfærdsmønstre, som sker på baggrund af algoritmer. Dette kan føre til at en person kun ser det indhold, som bekræfter egne eksisterende holdninger og interesser (Eli Pariser, 2011).

9.5.3 Ekkokamre

I forlængelse af afsnittet om algoritmer og filterbobler er det væsentligt at nævne begrebet om ekkokamre på sociale medier, som menes at bidrage til at skabe vores personlige og politiske standpunkter og bekræfte os i alt det, vi allerede mener og tror. Den Danske Ordbog definerer begrebet ekkokammer som værende et “forum for meningsudveksling hvor alle mener det samme, og man derfor kun bliver præsenteret for holdninger der identiske med ens egne” (DDO, 2023). Også Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme definerer begrebet som værende “en proces, typisk i sammenhæng med de digitale medier, hvor individuelle holdninger bliver skærpet i de digitale rum, der findes på sociale medier” (Türker, 2021).

Dette lægger sig op ad Parisers (2011) begreb ‘filterboble’, som anses for at være problematisk for samfundet og demokratiet, idet individet ikke eksponeres for indhold, der er imod egne interesser og holdninger. Problematikken om ekkokamre hæfter forfatter og professor i sociologi Chris Bail (2021) sig også til. Han mener, at ekkokamre er et problem, da vores evne

til at vælge, hvad vi vil se, fanger os inde i ekkokamre, der skaber en slags nærsynethed (Bail 2021, s. 3). Ydermere skriver Bail i bogen *Breaking the Social Media Prism: How to Make Our Platforms Less Polarizing* fra 2021 følgende:

The more we are exposed to information from our side, the more we think our system of beliefs is just, rational, and truthful. As we get pulled deeper into networks that include only like-minded people, we begin to lose perspective. We fail to recognize that there are two sides to every story, or we begin listening to different stories altogether (Bail 2021, s. 3).

Bail mener, at ekkokamre er et problem, da vores evne til at vælge, hvad vi vil se, begrænser os inden for ekkokamrene og skaber en slags nærsynethed. Dette vil vi komme nærmere ind på i specialets analyse og diskussion.

Vi har nu præsenteret relevant teori i denne præsentation og har aktivt engageret os i feltet. Nu er det tid til at fortsætte til den anden fase af NA, nemlig navigationsfasen. I denne fase går vi dybere ind i de medierede sociale handlinger og følger diskurscyklusser, herunder de sociale aktører (historical body), situationer samt aktiviteter (interaktionsorden) eller steder (stedets diskurser) (Scollon & Scollon, 2004, s. 166), som vi tidligere har nævnt.

10.0 Navigating the nexus of practice

I vores anden analysefase skaber vi et overblik over vores indsamlede data og påbegynder analysen. Vi vil først og fremmest kortlægge vores datamateriale gennem en form for mapping, hvor vi efterfølgende vil udvælge bestemte diskurscyklusser inden for vores undersøgelsesfelt, vi vil følge analytisk (Larsen & Raudaskoski, 2016, s. 106-107). Vi fokuserer primært på diskurser om bestemte medierede og sociale handlinger, som vores respondenter italesætter under vores interviews samt praktiserer i videooptagelserne forud for interviewet. Derudover vil vi også tematisere centrale temaer (diskurscyklusser) fra de præsenterede medieforskningsrapporter samt den viden, vi har tilegnet os gennem *Engaging the Nexus of Practice* om mediernes rolle i demokratiet, medialisering og bias, der er forbundet ved unges nyhedsforbrug på sociale medier. Vi bruger således metodetriangulering til at opnå en zone of identification, der er kendetegnende for MDA og NA.

Den følgende analyse vil basere sig på en række centrale temaer, som vi har kortlagt ved hjælp af vores indsamlede empiri og den eksisterende forskning inden for området, som vi har præsenteret i *Engaging the Nexus of Practice*. Disse temaer er baseret på respondenternes beskrivelser af deres medierede handlinger i forbindelse med deres nyhedsvaner. Formålet med at organisere udtalelserne og temaerne er at skabe overblik over vores data, og de temaer, vi udleder heraf, er en kombination af respondenternes beskrivelser og vores samlede vidensgrundlag omkring feltet. I det følgende vil vi præsentere den analysemetode, vi har brugt til at organisere og tematisere vores interviews og videomateriale med gymnasieeleverne. Vi har valgt denne metode for at opnå en dybere forståelse af de unges nyhedsvaner.

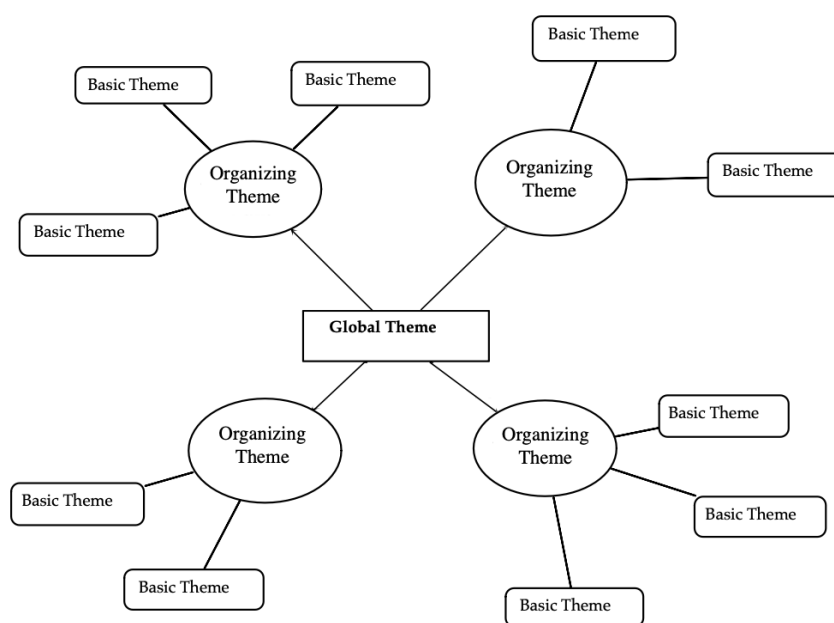
10.1 Organisering af data

For at kunne håndtere den store mængde af data fra vores interviews med gymnasieeleverne samt videooptagelserne, anvender vi metoden *Thematic Networks* til at organisere og tematisere vores materiale. Metoden er beskrevet af Jennifer Attride-Stirling (2001), som forklarer, at "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 giver et overblik på tre niveauer: *basic themes*, *organizing themes* og *global themes* (Attride-Stirling, 2001, s. 388). Basic themes er den mest grundlæggende tematisering i thematic networks og viser ikke meget om helheden, men skal ses i sammenhæng med andre basic themes for at kunne udlede mere end den umiddelbare betydning (Attride-

Stirling, 2001, s. 388-389). Organizing themes er et mellemniveau, der har til formål at organisere basic themes i klynger under én hovedoverskrift, der dækker de forskellige udsagn (Attride-Stirling, 2001, s. 389).

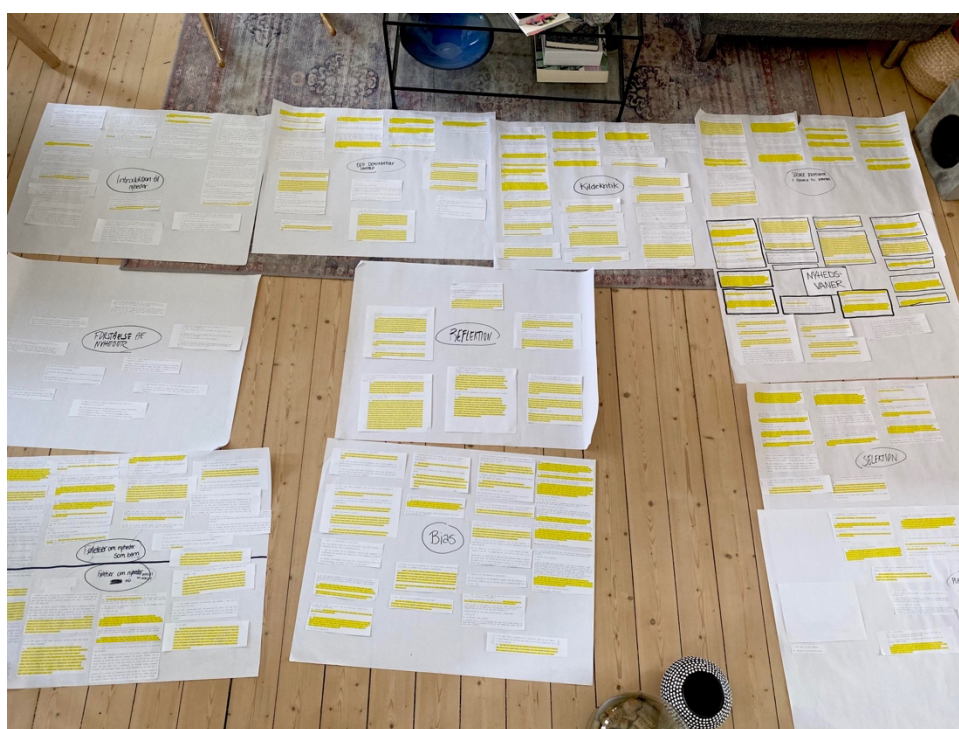
Global Themes er en sammenfatning af de eksisterende organiserings temaer. Det er her, at teksten skæres ned til dens kerne, og hvor der samtidig tolkes på teksten (Attride-Stirling, 2001, s. 388-389). Afhængigt af, hvor forskelligartet datamængden er, kan det være nødvendigt at have flere forskellige temaer i organiserings temaerne. Det kan være svært at forene forskellige globale temaer under én overskrift, hvis de omhandler forskellige områder, og derfor har vi valgt et globalt tema, der går på tværs og forener vores tre organizing themes. Det er vigtigt at pointere, at disse overordnede temaer er et resultat af vores samlede datamængde og ikke kun vores indsamlede empiri. Metoden er illustreret nedenfor:



Figur 06: Eksempel på Thematic Networks (Attride-Stirling, 2001, s. 388-389).

Måden, hvorpå vi helt konkret har udført dette i praksis er ved først og fremmest at transskribere vores interviews. Herefter har vi printet transskriptionerne ud, gennemgået materialet kronologisk og udvalgt centrale basic themes, som vi tolker som værdifulde for undersøgelsens formål. Efterfølgende har vi klippet de basic themes, vi har identificeret, ud, og organiseret dem under en række overordnede, organizing themes, som vist i nedenstående billede.

Vi har valgt at kalde vores basic themes for følgende “Introduktion til nyheder”, “Forståelse af nyheder”, “Følelser om nyheder som barn”, “Følelser om nyheder nu”, “Den demokratiske samtale”, “Kildekritik”, “Refleksion”, “Bias”, “Sociale relationer i forhold til nyheder”, “Nyhedsvaner”, “Selektion” og “Platforme”.



Billede 01: *Thematic Networks anvendt i praksis.*

Ovenstående billede illustrerer vores første udkast til datainddelingen af vores basic themes, hvor vi fik overblik over vores datamateriale. Vi begyndte med at inddele vores basic themes ud fra de interviewsspørgsmål, vi havde stillet respondenterne.

Det viser sig først i arbejdet med analysen, hvorvidt disse inddelinger holder. I arbejdet med vores analyse måtte vi erfare, at inddelingerne af vores udvalgte basic themes blev en anden i analysearbejdet, og vi fandt, at de emner, vi efterspurgte i vores interviews, skulle ændres til emner, der i stedet går på tværs af disse enheder. I analysen gennemgik vi derfor hvert afsnit og inddelte disse i mere overordnede basic themes, der sammenfattede hovedpointerne bedre. Eksempelvis ændrede vi "Introduktion til nyheder", "Forståelse af nyheder", "Følelser om nyheder som barn" og "Følelser om nyheder nu" til "At blive en oplyst borger".

Vi har med afsæt i organizing themes og samlede data arbejdet os frem til følgende, centrale temaer (diskurscyklusser), der vil danne grundlaget for vores analysearbejde i Navigating the Nexus of Practice-fase. Strukturelt har vi valgt at inddele disse diskurscyklusser med udgangspunkt i diskurscyklussens tre analyseenheder, som vi også gjorde med vores interviewskabelon (Scollon & Scollon, 2004, s. 100). Dette har vi ikke gjort, fordi vi ser disse som adskilte enheder, men nærmere som tre enheder, der er dialektisk forbundet med hinanden. De tre diskurscyklusser er:

- At blive en oplyst borger
- Involverede aktører og medier i nyhedsformidlingen
- Diskursive meningsdannelser: Mulige trusler mod demokratiet

Vi finder, at disse tre enheder er overlappende og går på tværs af vores udvalgte globale tema, som er "Nyheder som fællesskabsskabende".

Som afslutning på analysen vil vi inddrage Scollon og Scollons diskurscyklus til at vise, hvordan respondenternes nyhedsvaner er påvirket af deres livserfaringer, de diskurser der eksisterer på deres steder og de interaktionsmønstre, der er relevante i konkrete handlinger. Vi vil således opsamle de vigtigste pointer, der går på tværs af de forskellige "sites of engagements" for at få en forståelse af NoP i forhold til dannelsen af fællesskab, i dette tilfælde nyheder som fællesskabsskabende. Vi vil løbende gennem analysen understøtte vores fund med viden fra forskningsartikler fra vores litteraturreview, som vi tidligere har præsenteret.

10.2 At blive en oplyst borger

For at få et større indblik i de unges nuværende nyhedsvaner, har vi fundet det interessant at undersøge deltagernes erfaringer med nyheder fra først i deres liv og frem til nu samt de følelser, der har været forbundet med disse minder. Derfor har vores første indgangsvinkel til de semistrukturerede interviews været, at vi ville spørge ind til respondenternes forståelse af en nyhed for at blive klogere på deres perspektiver og have disse definitioner og forståelser in mente i analysen. Vi har identificeret to forskellige perspektiver i de unges forståelse af en nyhed, der tager udgangspunkt i et samfundsmæssigt plan og et individuelt plan, som vi nu vil udfolde.

Det første perspektiv tager udgangspunkt i samfundet som helhed og fokuserer på, hvad nyheder er i en bredere sammenhæng. Dette beskriver K1 således:

K1: Mmm, så ville jeg nok forklare det som, at det måske er noget nyt og spændende, der sker i verden, som der så er nogle, der vælger at dele ud, øh så at alle i samfundet sådan kan have mulighed for at høre det og se det. Så måske en slags viden om nogle personer, eller hvis der er sket noget et sted.

Tillige nævner M3 og K4, at de forstår en nyhed som værende noget nyt, der er bliver præsenteret for samfundet eller resten af verden (Bilag 03, l. 8-9, Bilag 04, l. 4-6) og M6 forklarer, at nyheder kan være en aktuel begivenhed eller situation, heriblandt “en politisk beslutning, en ulykke eller en kulturel begivenhed” (Bilag 06, l. 8). Disse perspektiver fokuserer således på, at nyheder handler om at være informeret om samfundets tilstand og begivenheder.

Det andet perspektiv tager udgangspunkt i den individuelle oplevelse og fokuserer på, hvad der betyder noget for den enkelte. For nogle respondenter adskiller personlige nyheder sig fra nyheder, der handler om samfundet som helhed. Et eksempel på dette lyder fra K2, som sagde følgende: “Ja, hmm. Jeg vil forklare en nyhed som noget, man ikke har hørt før. Altså også noget der er nyt for en selv. Det behøver ikke at være nyt for andre, men nyt for en selv” (Bilag 02, l. 5-7). Ligeledes forklarer K7 og M8, at en nyhed for dem er noget, de ikke selv vidste før: “Mh, ja. En nyhed er noget jeg ikke vidste på forhånd, og opdateringer på forskellige emner. Det kan vel omhandle alt og ingenting” (Bilag 07, l. 4-5) og M8: “Jeg forstår en nyhed som noget, jeg ikke vidste før” (Bilag 08, l. 4), hvortil også M8 tilføjer senere i interviewet, at han specifikt husker en erindring om, at han som barn blev omtalt i avisen for sin fodboldpræstation, og hvor hans familie var stolte af ham (Bilag 08, l. 8-14). Disse respondenter fokuserer således mere på nyheder, der er relevante for deres personlige liv.

Det kan dermed siges, at vores respondenter har en grundlæggende idé om, hvad en nyhed er. Mens nogle definerer nyheder på et samfundsmæssigt plan, og den forståelse dette speciale tager udgangspunkt i, adskiller andre samfundsrelaterede nyheder med personlige nyheder. Ser vi på Kabel og Sparres (1999) fem kriterier for, hvad en nyhed bør indeholde, som nævnt tidligere i specialet (jf. “Nyheder på sociale medier”), beskriver de, at en nyhed blandt andet skal have et overraskende, opsigtsvækkende og modsætningsfyldt aspekt, som kan relateres til medieforbrugerens liv eller miljø. Derudover er det væsentligt, at nyheden er aktuel og indeholder information, som ikke tidligere er blevet offentliggjort (jf. “Nyheder på sociale medier”). Alt dette stemmer overens med respondenternes forståelse af, hvad en nyhed er. Videre lyder nogle af Kabel og Sparres kriterier på, at en nyhed skal være væsentlig og relevant for samfundet. Her adskiller nogle af respondenterne sig fra Kabel og Sparres kriterier, eftersom de, som tidligere nævnt, beskriver, at en nyhed er noget, der er væsentligt for dem selv og ikke nødvendigvis for hele samfundet.

10.2.1 Introduktion til nyheder

For at etablere en forståelse for respondenternes livserfaring og deres samlede erfaring, og blive klogere på respondenternes sociale handlinger, har vi spurgt ind til deres første minder med nyheder samt hvordan de er blevet introduceret til disse. Vi er derfor nysgerrige på at forstå respondenternes historical body, og hvordan deres tidligere erfaringer kommer til udtryk nu, hvor de er blevet voksne og dermed selv har ansvaret for at holde sig informerede, hvilket vi vil komme nærmere ind på senere. Ud fra respondenternes svar kan vi fastslå, at alle respondenterne blev introduceret til nyheder som børn, og at nyheder var en del af deres barndom, men at dette er sket på forskellige måder med udgangspunkt i forskellige perspektiver. På den ene side er der et normativt perspektiv i spil, hvor det at være opdateret på nyheder bliver betragtet som vigtigt eller nødvendigt, og på den anden side et perspektiv om, at nyheder blot var en del af hverdagen og en normalitet.

Hvis vi begynder med det normative perspektiv, beskriver nogle af respondenterne, hvordan de er opvokset med, at deres forældre har lært dem, at det er vigtigt at holde sig opdaterede på nyheder. Et eksempel på dette er M6, der beskriver, hvordan hans far lærte ham om nyheder: “[...] Han forklarede mig, at han læste om, hvad der var sket i verden, og at det var vigtigt at holde sig opdateret på nyhederne” (Bilag 06, l. 13-16). Her fortalte K7 tillige, at hun er vokset op med en forståelse af, at det er vigtigt at holde sig opdateret på nyhederne:

K7: Ja, altså som sagt så vi TV-avisen og mine forældre læste avis, når de blev delt ud. TV-avisen husker jeg bedst og den kørte ofte bare i baggrunden også, og jeg husker, at jeg blev fortalt, at det var relevant for mig at se, selvom jeg ikke var enig. Tekst-TV blev også ofte brugt, men det var mest for at læse breaking news (Bilag 07, l. 19-23).

Ovenstående citat er også et eksempel på, hvordan K7 italesætter begge perspektiver. Hun bliver tillært en norm om, at det er relevant at følge nyhedsstrømmen og samtidig var det en normalitet, at nyhederne kørte i baggrunden som baggrundsstøj. Desuden viser det, at både TV-avisen og aviserne spillede en rolle i K7's introduktion til nyheder som barn. Derudover beskriver M3, at han også har lært, at nyheder er vigtige som en normsættende del af hans opvækst (Bilag 03, l. 22).

Ser vi på normalitetsperspektivet, beskriver M3 endvidere, hvordan nyhederne har fungeret som et vendepunkt i familiens samtaler, hvor man kan starte samtaler og diskussioner baseret på de emner, der er oppe i tiden (Bilag 03, l. 18-22). Ligeledes er dette et eksempel på, hvordan nyheder kan fungere som noget fællesskabsskabende og som en normal del af hverdagen i familien. Tillige beretter K5, M6, K4 og K2 om, hvordan nyheder etablerede et fællesskab i deres respektive hjem som en normalitet i deres hverdag og gennem deres opvækst (Bilag 05, l. 13-15, Bilag 06, l. 22, Bilag 06, l. 43, Bilag 04, l. 27-28 og Bilag 02, l. 33-35). Respondenterne husker også samtaler om nyhederne ved måltider og i bilen, hvor nyhederne fungerede som samtaleemner og vendepunkter i hverdagen: Dette beskriver M8: “Ja, vi talte tit om nyheder, også rundt om spisebordet om aftenen” (Bilag 08, l. 43). Tillige forklarer M6 følgende: “[...] Vi talte også nogle gange om nyhederne ved bordet om aftenen eller i bilen, hvis der var sket noget vigtigt eller interessant” (Bilag 06, l. 24-26).

Vi har fundet andre eksempler på, hvordan nyheder bliver behandlet som en normalitet i anden form end førnævnte, nemlig som baggrundsstøj og dermed mere passivt. Dette beskriver K2 blandt andet: “[...] vi har altid haft et TV i vores køkken, som bare kører på DR eller TV 2 hele tiden” (Bilag 02, l. 81-82). Derudover beskriver K7: “TV-avisen husker jeg bedst og den kørte ofte bare i baggrunden også” (Bilag 07, l. 2021). Andre eksempler på dette er K1 og K5 (Bilag 1, l. 27-30, Bilag 05, l. 9). De beskriver, at nyhederne kører i baggrunden som baggrundsstøj, og at de ikke aktivt søger nyheder, men i stedet bliver eksponeret for dem gennem TV eller radio, hvor der kører nyheder ganske meget. Dette indikerer, at nyheder var en normalitet i deres hverdag, men at disse respondenter kan betragtes som mere passive nyhedsmodtagere som børn fremfor de respondenter, der diskuterede og talte om nyheder i fællesskab.

10.2.2 Følelser om nyheder som barn

Vi har fundet det interessant at undersøge respondenternes første minder og erindringer med nyheder for senere at undersøge de følelser, de måtte have herom. Vi ser, at dette kan bidrage til at opnå en bedre forståelse af, hvordan de som voksne oplever nyheder.

De første erindringer om nyheder

Flere af respondenterne husker specifikke nyhedsemner eller tidspunkter, hvor nyhederne fangede deres interesse som børn. Det er bemærkelsesværdigt, at mange af de emner, der nævnes, omhandler naturkatastrofer eller store ulykker, som kan anses for at være uhyggelige eller "brutale" nyheder. Dette kan understøtte, at børn konsumerer nyheder på en anden måde end voksne. For eksempel husker K2 at have set en storm på fjernsynet med sine forældre, og senere husker hun også navnet på stormen, nemlig Stormen Bodil (Bilag 02, l. 24). M3 husker, hvordan der blev snakket meget om 9/11 og denne katastrofes indvirkning på samfundet (Bilag 03, l. 24-25), mens K4 kan huske et jordskælv i Asien, der udløste en tsunami (Bilag 04, l. 9-14). Det er interessant at bemærke, at disse "brutale" nyheder påvirker respondenterne mere end "gode" nyheder. K4 nævner endda, at "det er nyheder, som påvirker en, og sætter gang i nogle tanker og følelser, man ikke får ved "gode" nyheder" (Bilag 04, l. 12-14).

Disse udsagn kan give et indblik i, hvordan nyheder påvirker mennesker på forskellige måder, og hvordan brutale nyheder kan være mere mindeværdige og have større indvirkning på individer frem for de "gode" nyheder. Derudover kan nyheder om blandt andet katastrofer, atypiske vejrphænomener og ulykker også have en modsat effekt og virke mere fascinerende eller interessante for nogle børn, hvilket M8 beskriver i følgende citat: "Hm, ja. Jeg kan huske at de i TV-avisen fortalte, at der ville komme en storm, som ville ligge på min fødselsdag. Det syntes jeg var vildt spændende" (Bilag 08, l. 16-18). Dette citat er endnu et eksempel på, at nogle af respondenterne også ser nyheder fra et personligt perspektiv, hvor nogle af de første minder har været nyheder, som har omhandlet eller påvirket dem og deres liv.

Det er også interessant at bemærke, at mange af respondenternes erindringer om nyheder fra barndommen skabte grobund for hjemlige vaner, rutiner og tryghed. M8 beskriver, hvordan nyhederne var en integreret del af hverdagen hjemme hos dem, og at de skabte en følelse af tryghed (Bilag 08, l. 48-50). Også K1 beskriver en specifik situation hos sine bedsteforældre, hvor TV-avisen var en fast del af morgenrutinen, og dette skabte en følelse af tryghed og hjemlighed (Bilag 01, l. 72-74). Det er interessant at bemærke, hvordan nyheder kan have forskellige virkninger på børn, afhængigt af konteksten. For nogle børn kan det skabe angst eller uro, mens det for andre kan være en kilde til tryghed og faste rutiner.

Respondenterne gav udtryk for, at deres følelser omkring nyheder var forskellige, men flere af dem beskrev nyheder som noget, der kunne være skræmmende eller udfordrende at forholde sig til som barn. Eksempelvis fortalte M3: "Jeg synes jo, at det var skræmmende nogle gange. Jeg kan huske, at min far var meget optaget af at se TV-avisen og så blev jeg også optaget af det, og der var mange ting, som man fik at vide som barn, som man egentlig ikke ønskede at vide" (Bilag 03, l. 39-42).

Derudover berettede K2: "Ja, man kan jo tænke på en af de store begivenheder, hvor man var nødt til at forholde sig til tingene, og man fik en kæmpe klump i maven" (Bilag 02, l. 50-51). Det tydeliggøres her, at nyheder kan have en stærk påvirkning på børns følelser og sinds-tilstand. Vi har også fundet det interessant, at flere respondenter oplevede, at nyheder syntes kedelige eller svære at forstå. Dette beskriver K7 blandt andet: "Det kommer lidt an på emnet, så det var blandede følelser, vil jeg sige. Ofte kedeligt" (Bilag 07, l. 35-36) og M6: "[...] Jeg husker, at jeg som barn nogle gange syntes, at nyhederne var lidt kedelige eller svære at forstå, men jeg kunne samtidig også blive fascineret af nogle af historierne" (Bilag 06, l. 29-32). Disse citater indikerer, at nogle af respondenterne kunne have svært ved at engagere sig i nyheder som børn.

En anden respondent gav udtryk for, at hun især følte stærke negative følelser, da hun blev præsenteret for en nyhed fra hendes eget liv, men ikke følte lige så stærke følelser om nyheder, hun ikke kunne relatere til:

K1: Altså jeg var selvfølgelig trist dengang min hund døde, men det var også på sådan en måde af, at det vidste man godt, så jeg var i chok, men alligevel forberedt. Hvis man hørte om noget for eksempel negativt, der var sket i udlandet, så er det også mere med det der med, jo jeg følte jeg mig da trist over, at det var sket, men igen, altså sån', hvad skal jeg gøre ved det agtig? (Bilag 01, l. 38-43).

Denne udtalelse fra K1 illustrerer, hvordan individer ser nyheder af forskellige betydninger og vigtigheder. K1 sammenligner sin hunds død med en negativ begivenhed i udlandet og forklarer, at hun føler sig mere forbundet med sin hund, fordi hun havde en relation til den. Dette viser, hvordan personlige relationer og erfaringer kan påvirke ens opfattelse af vigtigheden af en nyhed. K1's udtalelse antyder også, at nogle nyheder kan have en mere direkte indvirkning på en persons liv end andre. Selvom K1 følte sig trist over de negative begivenheder i udlandet, følte hun ikke, at hun kunne gøre noget ved det, mens hendes hunds død havde en mere direkte og personlig indvirkning på hendes liv.

K1's udtalelse danner et tydeligt billede af, hvordan personlige relationer og erfaringer kan påvirke ens opfattelse af nyheders vigtighed. I forlængelse af det synes vi også, at det er vigtigt at tage medialiseringens betydning i betragtning i forhold til respondenternes måde at tilgå nyheder på, som vi nu vil komme ind på.

Medialiseringens betydning for konsumering af nyheder

Medialiseringen spiller en vigtig rolle i dagens samfund og for måden, hvorpå vi tilgår nyheder. Dette kan være gennem en lang række platforme, som de seneste år er blevet udvidet med sociale medier og andre digitale medieplatforme. Dette har resulteret i medialiseringen, som er nævnt tidligere i specialet, hvilket har indflydelse, hvordan medierne spiller en stor rolle i samfundet, både politisk, kulturelt og personligt (jf. "Medialisering"). Udover at medierne kan påvirke og formidle menneskets opfattelser, adfærd og holdninger, er de teknologiske medier fortsat en stigende afhængighedsfaktor for vores kilde til kommunikation og information (jf. "Medialisering").

Vores interviewpersoner, som er mellem 18 og 20 år, er født i årene 2003 til 2005, og det kan dermed argumenteres for, at de dermed er født ind i en digitaliseret og medieret verden. Sociale medier har gennem deres opvækst dog ikke været lige så dominerende, som de er i dag, hvilket vores respondents svar bærer præg af i og med, at de kun nævner, at platforme som TV og avis var en del af deres barndom. Man kan derfor argumentere for, at vores respondenter er født ind i en digital tidsalder, som stadig er i rivende udvikling, og de derfor har haft mulighed for at tilgå nyheder gennem computere, tablets og telefoner, siden de var yngre:

K2: [...] Jamen, det er jo fordi man selv har telefonen med sig over alt. Det er bare lidt nemmere og skulle tage den op og undersøge, hvad sker der nu, scrolle lidt igennem. [...] Jeg er jo opvokset med en telefon og medier i hånden på mig (Bilag 02, l. 60-64).

Det er samtidig tydeligt gennem andre respondenter, at den digitale tidsalder kun er blevet en større del af de unge gymnasieelevers hverdag nu i forhold til, da de var børn. Dette forklarer M8 i følgende citat:

M8: Efter jeg er blevet ældre, har jeg ofte fået mine nyheder på telefonen eller via computeren, men som barn var jeg ikke den store fan af at læse [griner], så det var

federe for mig at se TV-avisen, hvor det gik lidt hurtigere og der samtidig blev vist video eller billeder af det, der blev fortalt (Bilag 08, l. 28-32).

M8 fortæller, at han som barn havde svært ved at forstå nyheder, når de skulle læses, og det dermed var lettere for ham at forstå, når han så det med lyd og billede samtidig. Samtidig forklarer M8 implicit, at han ikke ser TV-avisen længere, fordi telefon og computeren har overtaget. Dette er et tydeligt eksempel på medialiseringen, og hvordan denne aldersgruppe måske i særdeleshed indskrives under dette, hvilket forskning på området også indikerer (Schrøder et al., 2022, s. 36-37). Vores data indikerer dermed et skifte fra mere traditionelle medier til digitale medier, hvilket tillige stemmer overens med forskning på området.

Et eksempel på dette er den fysiske avis, der for mange af vores respondenter har været et nyhedsformat, som de har set deres forældre bruge, men som de ikke selv har benyttet eller benytter nu. Hertil fortæller K2, at hun stadig i dag synes, at dette nyhedsformat er "gammeldags": "Ja og stadig den dag i dag er min far ret gammeldags, og han læser faktisk stadig aviser og abonnerer på aviser. Så dem får vi stadig tilsendt" (Bilag 02, l. 53-55). Hun sammenligner således hendes egne vaner med sin fars vaner og forhold til avisen:

K2: [...] Jamen, det er jo fordi man selv har telefonen med sig over alt. Det er bare lidt nemmere og skulle tage den op og undersøge, hvad sker der nu, scrolle lidt igennem. Øhm... Der tror jeg bare [avisen] har hængt lidt ved for min far, for han er jo også opvokset med avisen. Jeg er jo opvokset med en telefon og medier i hånden på mig (Bilag 02, l. 60-64).

Dette anser vi som et spændende udsagn, hvilket også tillægger sig samtiden og medialiseringen. Citatet kan nemlig indikere, at den fysiske avis, som nyhedsformat for mange unge, er forældet og ikke længere anvendes i dagligdagen. Ifølge K2 foretrækker unge at have adgang til nyheder via deres mobiltelefoner og andre digitale medier, da det er mere praktisk og tilgængeligt. Denne holdning afspejler en ændring i medielandskabet, hvor den digitale transformation har gjort traditionelle medier, som trykte aviser, mindre relevante for unge generationer. Sammenligningen mellem K2 og hendes fars vaner med hensyn til avislæsning viser, at medievaner i høj grad påvirkes af den generation, man tilhører. Mens K2 er opvokset i en digital tidsalder med smartphones og online nyhedsmedier, er hendes far vant til den fysiske avis som et af de primære nyhedsformater. Dette kan også indikere en større afstand mellem generatio-

ner, når det kommer til medieforbrug og informationssøgning. Generelt set viser citatet, at medialiseringen har en betydelig påvirkning på unge menneskers medievaner og valg af nyhedsmedier. Traditionelle medier som aviser er ikke længere de primære kilder til information, og unge er i stedet vendt mod digitale medier for at tilfredsstille deres behov (Schrøder et al., 2022, s. 36-37).

Der kan argumenteres for, at medierede handlinger, såsom eksempelvis brug af mobiltelefoner, ligeledes er en indlejret praksis i respondenternes 'historical body', hvorved det forventes, at de adspurgte deltagere har den digitale nyhedstilgængelighed indlejret i deres samlede livserfaring (jf. "Historical body"). Vi vil nu undersøge, hvordan alder og livserfaring kan påvirke respondenternes følelsesmæssige reaktioner på nyheder over tid.

10.2.3 Forandret nyhedsperspektiv fra barn til voksen

Nogle respondenter beskriver, at de har oplevet, at deres nyhedsperspektiv har ændret sig efter de er blevet ældre. K5 fortæller blandt andet, at hun som barn ikke forstod alvoren af fattigdom eller krig og havde en naiv opfattelse af, at alt var godt. I takt med, at hun er blevet ældre, har hun sandsynligvis udviklet en større forståelse for de alvorlige problemstillinger i verden og de medfølgende konsekvenser, hvilket har ændret hendes følelsesmæssige reaktion på nyhederne:

K5: Nej, nej, overhovedet ikke. Dengang jeg var yngre, tror jeg slet ikke jeg har forstået alvoren af fattigdom eller krig. Der har jeg nok bare tænkt, at jeg har haft det godt, selvom der er fattigdom i U-landene (Bilag 05, l. 46-48).

Dette citat viser, hvordan vores opfattelse og forståelse af verden kan ændre sig gennem livet. K5 beskriver sin naive opfattelse som barn, hvor hun ikke forstod alvoren af fattigdom eller krig, og hvor hun havde en generel følelse af, at alt var godt. Vi anser, at det er almindeligt for børn at have en begrænset opfattelse af verden og dens kompleksitet, da de ikke har den samme livserfaring som voksne.

I takt med at K5 er blevet ældre, har hun udviklet en bredere forståelse for de alvorlige problemstillinger i verden og deres konsekvenser. Dette kan betyde, at hendes følelsesmæssige reaktion på nyhederne også er blevet påvirket. Som voksen kan hun have en mere nuanceret og dybdegående forståelse af de begivenheder, der præsenteres i nyhederne. Samtidig giver hun også udtryk for, at nyheder i dag kan fremkalde flere negative følelser, som for eksempel tristhed og frustration, som K5 eksempelvis fortalte:

K5: [...] Da det blev vist i nyhederne, at Rusland havde invaderet Ukraine, sad jeg sammen med mine forældre og jeg sad med en følelse af tristhed og frustration over, at der er krig i verden, og det er der ikke noget, jeg kan gøre ved, det er bare noget, jeg skal leve med at vide og håbe på, at det går over igen hurtigst muligt (Bilag 05, l. 24-29).

I takt med K5 er blevet ældre, kan det siges, at hun har udviklet større empati og medfølelse for de mennesker, der påvirkes af disse begivenheder, og hendes følelsesmæssige reaktion kan derfor være mere kompleks og afbalanceret. Denne udvikling kan også betyde, at K5 er mere tilbøjelig til at opsøge information og sætte sig ind i de problemstillinger, som interesserer hende, hvilket kan bidrage til at styrke hendes forståelse og evne til at tackle komplekse problemstillinger i verden. Dette bekræfter M8, som forklarer:

M8: Og så forstår jeg mange ting bedre i dag. Jeg kunne godt blive bange som barn, men så ville mine forældre berolige mig. I dag kan jeg jo godt se, at verden kan være kompliceret og uhyggelig, og jeg burde i virkeligheden måske blive mere bange for den slags nyheder, men jeg er blevet bedre til selv at opsøge information, for jeg har klart den samme nysgerrighed som barn. Det er nemmere for mig nu at forstå, hvordan verden fungerer, hvorfor der opstår krig, hvorfor nogle dør og så videre (Bilag 08, l. 60-66).

Dette illustreres gennem M8's udtalelse, hvor han forklarer, at han som voksen har en bredere forståelse af verden, og derfor bedre kan tackle de alvorlige problemer, men at han stadig har den samme nysgerrighed, som han havde som barn. Han opsøger selv information, hvilket hjælper ham med at forstå verden bedre og dermed også reagere mere balanceret på nyheder. Her tydeliggøres det, hvordan M8 har tilegnet sig nogle værdier fra sine forældre om at forholde sig roligt, når nyheder kan virke uhyggelige eller negative, hvilket i dag hjælper ham til selv at opsøge information om nyheder, så han bliver klogere på, hvordan verden fungerer.

Det synes generelt at være konsensus blandt respondenterne om, at de forstår mere i dag end de gjorde som børn, og flere af dem mener, at deres holdning til nyheder er forskellig fra den, de nu har som unge voksne. K7 fortæller, at hun ser tingene i dag med "andre briller" og hun nu forstår, hvorfor det er vigtigt at holde sig opdateret på diverse emner (Bilag 07, l. 39-41). Ligeledes beretter K4, at hun også "forstår mere i dag af, hvad der foregår end jeg gjorde, da jeg var barn. Nu har jeg selv mulighed for at undersøge tingene lidt mere, så det synes jeg nogle gange er spændende at gøre" (Bilag 04, l. 35-37).

Vores data viser, at jo ældre respondenterne bliver og jo mere de selv søger information, desto mere udvides deres horisonter og muligheder for meningsdannelse. M6 mener dog, at efter at være blevet ældre oplever han en blanding af nysgerrighed og usikkerhed, når han ser nyheder. Han føler sig nysgerrig efter at lære mere, men overvældet af den negativitet, der

dominerer nyhedsbilledet som eksempelvis krig og økonomiske kriser (Bilag 06, l. 43-50). Dette vil vi komme nærmere ind på senere i projektet.

Mange af respondenterne har lært hjemmefra, at det er vigtigt at holde sig opdateret på nyheder, hvilket mange stadig er overbevist om, og flere giver udtryk for, at de synes det er spændende at holde sig opdateret i dag, eftersom at de forstår mere. En respondent har dog en anden vinkling på nyhedsforståelsen, efter han er blevet ældre. Ifølge M3 er nyheder på medier blevet mindre betydningsfulde jo ældre han er blevet, eftersom han også oplever mange nyheder om eksempelvis reality. Ved at man på sociale medier bliver eksponeret for et bredt aspekt af nyhedsformer, kan dette hurtigt føles svært at navigere i:

M3: Jeg vil sige, jo ældre jeg er blevet, jo mere ligeglad er jeg blevet med medier, fordi jeg synes mange af dem ikke er så betydningsfulde. Der sker som regel det samme, og mange af de nyheder, der sker i forhold til sociale medier, er fuldstændig irrelevante. Nogle, der har født et barn eller en eller anden fra Paradise Hotel, der har været med i et eller andet (Bilag 03, l. 44-49).

M3 nævner eksempler på nyheder om personlige begivenheder såsom fødsler og reality-tv, som han mener ikke har nogen væsentlig betydning. Det er tydeligt, at M3 er udsat for en del nyheder, som han ikke anser som relevante, hvilket kan tyde på, at hans opfattelse af nyheder er blevet mere kritisk og selektiv med tiden. Derudover kan mængden af denne type nyheder også være et eksempel på, hvordan algoritmerne fungerer på sociale medier, hvilket vi kommer nærmere ind på senere. I vores videooptagelser ser vi dog, at M3 kun benytter TikTok, Instagram og Facebook, hvilket vidner om, at han muligvis ikke er så ligeglad med medier, som han udtrykker i interviewet. Han siger blandt andet, at han bruger "rigtig mange timer" på TikTok (Bilag 11: Video 3, l. 11). Der kan derfor være tale om, at M3 muligvis finder disse medier underholdende fremfor oplysende.

En respondent forklarer, hvordan hun som barn anså det som de voksnes ansvar at forholde sig til nyheder om især samfundsrelaterede emner: "K1: Nej lige præcis, det var de voksnes ansvar at forholde sig til det" (Bilag 01, l. 49-50). Det kan hermed siges, at hun som barn fralagde sig ansvaret for at tilgå nyheder, hvorfor vi vil undersøge, om K1 stadig betragter sig selv som et barn og fortsat ser det som de voksnes ansvar at forholde sig til nyheder. Ud fra resten af interviewet med K1, bed vi mærke i, at hun måske stadig er af samme overbevisning, da hun fortsat tilgår nyheder med et syn om, at hendes forældre vil indtage den voksne rolle og sætte sig ind i nyhederne for hende. Dette nævner hun eksempelvis senere i interviewet, hvor

hun fortæller, at hun altid taler med sin mor om de nyheder, som påvirker K1. Her lader hun sin mor trøste sig og fralægger sig dermed ansvaret for at sætte sig yderligere ind i nyheden (Bilag 01, l. 119-120).

Med udgangspunkt i disse observationer om ‘historical body’ vil vi nu se nærmere på de involverede sociale aktører i nyhedsformidlingen, for at blive klogere på respondenternes nyhedskonsumering og –vaner.

10.3 Involverede sociale aktører i nyhedsformidlingen

Som vi tidligere har beskrevet, har sociale medier ifølge kvantitative data etableret sig som en central platform for nyhedsformidling og informationsspredning, og er især blandt unge en foretrukken kilde til nyheder (bl.a. Slots- og Kulturstyrelsen, 2020; Schrøder et al., 2022; Newman et al., 2022; Mehlsen, 2020). Vi havde dermed en forudindtaget antagelse om, at vores respondenter også primært holder sig opdaterede på nyheder gennem sociale medier på deres telefoner, men vi ønskede ikke at præge empirien i en bestemt retning under vores interviews og videooptagelser. Vi ville således først og fremmest forsøge at få nogle neutrale observationer af vores respondenter adfærd på deres telefoner for at få et indblik i deres faktiske nyhedsforbrug.

Vi er dog bevidste om, at vi inddrager et medierende middel i form af en telefon, og dermed ikke får indblik i, hvordan vores respondenter interagerer i eksempelvis en medieret handling i en samtale mellem et andet menneske, hvorfor vores videomateriale er farvet af vores antagelser om, at der oftest indgår et medierende middel, når unge konsumerer nyheder. Med udgangspunkt i Scollon og Scollons teori om interaktionsorden, analyserer vi vores respondenter nyhedsvaner ved at undersøge de typiske interaktionsordener, der optræder i vores datamateriale. Målet er, at vi som forskere forstår de sociale sammenhænge og forhold mellem de interagerende sociale aktører, som respondenterne præsenterer os for, og får kendskab til de forskellige interaktionsordener, der eksisterer i de forskellige situationer, hvor nyheder bliver delt og konsumeret blandt de unge.

10.3.1 Medier og platforme

I vores undersøgelse blev det tydeligt, at respondenterne dagligt anvender en række forskellige medier og platforme til at tilgå nyheder, og at hvert enkelt medie har forskellige funktioner og anvendelsesområder i forhold til det indhold, der søges. I dette afsnit vil vi kort præsentere, de

forskellige former for interaktionsordner, som vores respondenter italesætter i vores interviews, hvorefter vi vil gå mere i dybden med dem.

I vores undersøgelse er det især sociale medier som Facebook, Instagram og TikTok, der går igen blandt alle respondenter, når de beskriver deres nyhedsvaner (Bilag 02, l. 138, Bilag 04, l. 63-66, Bilag 01, l. 206, Bilag 06, l. 65-67), men også TV 2 Nyhedsappen, der bliver nævnt af tre respondenter (Bilag 07, l. 60-62, Bilag 04, l. 63-66 og Bilag 01, l. 208-210). Dette beskriver K7:

K7: I dag holder jeg mig opdateret på min telefon, mest igennem push-notifikationerne fra TV 2 Nyhederne. På Facebook lægger flere nyhedsbureauer artikler op, hvor jeg læser relevante artikler (Bilag 07, l. 60-62).

I dette citat er der to vigtige interaktionsordner på spil: brugen af mobiltelefonen og brugen af sociale medier som Facebook. Mobiltelefonen fungerer som det primære medie, hvorigennem K7 følger med i nyhederne, og push-notifikationer fra TV 2 Nyhederne er en vigtig kilde til nyheder for denne person. Dette kan tolkes som en indikation af, at mobiltelefonen spiller en central rolle i K7's nyhedsvaner, og at hun ønsker at modtage nyheder i realtid. Den anden interaktionsorden er K7's brug af Facebook som kilde til relevante artikler. Dette indikerer, at hun også er afhængig af sociale medier som en kilde til at opnå information om verden omkring hende.

Denne interaktionsorden viser, hvordan mobiltelefonen og sociale medier som Facebook spiller en vigtig rolle i respondenternes nyhedsvaner. Disse teknologier fungerer som medierende redskaber, der muliggør deres interaktion med nyheder og information. Mobiltelefonen gør det muligt for respondenterne at følge nyheder i realtid, og push-notifikationer gør det nemt at modtage nyheder, når de er tilgængelige. På samme måde fungerer Facebook som en kilde til relevante nyheder og artikler, som de kan læse og interagere med. Disse interaktionsordner afspejler, hvordan teknologi og sociale medier har ændret den måde, vi interagerer med nyheder og information på, og hvordan disse teknologier har fået en central rolle i vores respondenter daglige liv og forhold til nyheder.

Vi observerede K7, K4 og K1 i videomaterialet, men bemærkede ingen push-notifikationer fra TV 2 Nyhederne i deres sociale interaktioner, så vi kan ikke vide, om respondenterne faktisk læser disse nyheder eller blot registrerer, at der er aktuelle nyheder tilgængelige. Om ikke andet kan aktiveringen af disse push-notifikationer tolkes som en bekræftelse på, at disse

tre gymnasieelever ønsker at være opdateret på nyhederne, og at de har brug for at modtage dem i realtid.

Derudover bekræfter K1 tillige, at sociale medier er den primære kilde til nyheder og informationer: "Jamen, det er sådan set det eneste sted jeg får det [griner], så det er vel hele tiden" (Bilag 01, l. 213-214). I dette udsagn er der atter en tydelig interaktionsorden mellem brugen af sociale medier og opnåelse af nyheder og informationer. K1 bruger sociale medier som den primære kilde til at få nyheder og informationer og angiver, at hun bruger det "hele tiden". Dette kan tolkes som en indikation af, at sociale medier spiller en central rolle i K1's nyhedsvaner, og at hun er afhængig af dem som en primær kilde til information.

Selvom respondenterne beskriver, at disse mere traditionelle nyhedskilder primært er en kilde til nyheder for deres forældre, og at de selv foretrækker sociale medier, betyder det ikke, at de traditionelle medier er totalt udelukkede fra deres nyhedsvaner, hvilket M6 beskriver: "Mine nyhedsvaner i dag er primært at læse nyheder på sociale medier. Jeg ser også stadig TV-avisen nogle gange, men det er ikke så ofte som tidligere, og det er kun, hvis mine forældre gør" (Bilag 06, l. 60-62). Dette citat fra M6 indikerer både en skiftende medieadfærd blandt unge i forhold til traditionelle nyhedskilder, men samtidig viser det også, at traditionelle nyhedsmedier stadig spiller en rolle i nogle unges nyhedsvaner, selvom det ikke er en primær kilde til nyheder. Det er også interessant at bemærke, at M6 angiver, at han kun ser TV-avisen, hvis hans forældre gør det, hvilket tyder på, at forældrenes medieadfærd stadig kan have indflydelse på unges mediebrug og valg af nyhedskilder. Derudover kan denne interaktionsorden skabe en fælles oplevelse og give mulighed for at diskutere nyhederne sammen, hvorfor nyheder kan fungere som et fællesskabsskabende element i familien, selvom den primære kilde til nyheder for M6 er sociale medier.

Dette italesætter K1 ligeledes "Altså de kører derhjemme i fjernsynet og lidt over aftensmaden nogle gange, og så lytter man jo til det, men mine nyhedsvaner er egentlig ret dårlige" (Bilag 02, l. 108-110). I udsagnet fra K2 er der to vigtige interaktionsordner: TV-avisen og aftensmaden. TV-avisen fungerer som en kilde til nyheder for denne person, men ikke som en primær kilde. TV-avisen ses kun nogle gange over aftensmaden, hvilket indikerer, at K2 ligeledes er mere tilbøjelig til at få sine nyheder fra andre kilder. Aftensmaden fungerer som en kontekst for at se TV-avisen. Det antyder, at det at se TV-avisen kan være en social aktivitet, der involverer andre familiemedlemmer. Dette kan betyde, at nyheder kan have en fællesskabsskabende funktion, hvor de diskuteres og deles mellem familiemedlemmer.

Udover nyheder på sociale medier, push-up notifikationer og TV-avisen bliver nyhedskilder på nettet også italesat. M8 nævner blandt andet, at han læser BT på nettet (Bilag 08, l.

78-79), og K1 nævner SE og HØR som en nyhedskilde (Bilag 01, l. 208-210). Interaktionsordenen er her, at respondenterne også bruger internettet som en kilde til at få nyheder. M8 nævner BT, der er en online nyhedskilde, mens K1 nævner SE og HØR. Valget af disse kilder kan skyldes, at disse kilder tilbyder en mere specialiseret dækning af bestemte emner, som for eksempel nyheder om kendisser, underholdning og reality, eller at de foretrækker en bestemt form for nyhedsdækning, som har et mere underholdende islæt frem for de traditionelle nyhedsmedier som TV 2 Nyhederne og TV-avisen. Det kan også indikere, at der er en diversitet i, hvordan respondenterne vælger at modtage nyheder, og at der ikke nødvendigvis er en enkelt dominerende kilde til nyheder for denne gruppe af gymnasieelever samt en diversitet i valg af indhold og interessefelt, som vi vil komme nærmere ind på senere. Dette kan tyde på, at de unge gymnasieelever er åbne for at bruge forskellige typer af online kilder til at opnå information og nyheder, og at deres medieadfærd er mere diversificeret end tidligere generationer, som måske primært ville have henvendt sig til mere traditionelle nyhedskilder såsom TV, radio eller aviser, hvilket kvantitative data fra rapporten 'Danskernes brug af nyhedsmedier 2022' også bekræfter (Schrøder et al., 2022, s. 36-37).

Facebook som nyhedsdistributør

Det er interessant at se, at flere respondenter nævner Facebook som den primære kilde til nyheder, selvom det ikke er en platform, der umiddelbart er kendt for at være en specifik nyhedsplatform. Dette harmonerer med Mehlsens (2020) konklusioner om, at flertallet af unge bruger Facebook og Instagram som deres foretrukne nyhedskilder (Mehlsen, 2020, s. 5). Eksempler på dette er K2, K7, M8, M6 (Bilag 02, l. 219, Bilag 07, l. 64-66, Bilag 08, l. 77-78, Bilag 06, l. 65-67).

Det er interessant at bemærke, at de primære argumenter for at bruge Facebook som kilde til nyheder er, at nyhederne er let tilgængelige og at de ofte støder på nyhederne, mens de bruger platformen. Dette beskriver K4: "Men jeg får flest nyheder på Facebook, for der føler jeg ikke, der er andet end nyheder, fordi folk kommenterer det så meget. Men det er også meget sladder" (Bilag 04, l. 67-74). I dette citat nævner K4 flere forskellige interaktionsordener; hende selv som modtager af nyhederne, Facebook som platform, hvor nyhederne findes, venner og bekendte på Facebook som medproducenter af nyhederne gennem kommentarer samt nyheder og sladder som indholdstyper på Facebook. K4 beskriver tillige, hvordan hendes interaktion med Facebook som platform og venner/bekendte på Facebook bidrager til hendes oplevelse af at få flest nyheder derfra. Hun nævner også, at sladder også kan være en del af indholdet på Facebook, som kan påvirke hendes nyhedsvaner. Derudover beskriver M3 følgende:

M3: Jamen, Facebook er nok det bedste i forhold til det, og det er jo fordi det bliver skrevet af mange og der kommer mange artikler ud, som folk deler, det er nok der, jeg får flest nyheder igennem. Også i forhold til, hvad der sker med folks relationer og sladder. Så bruger jeg også Instagram, der er ikke så mange nyheder på der, det er jo mest billedoplæg. Og så bruger jeg TikTok, og der er jo heller ikke sådan helt vildt mange nyheder på, så Facebook er nok det sted, hvor jeg får flest nyheder (Bilag 03: 131-137).

I M3's udsagn om sin nyhedsadfærd på sociale medier, er der en tydelig fokus på interaktionsordenen. M3 forklarer, at Facebook er den bedste platform for at få nyheder, fordi det bliver skrevet af mange, og der kommer mange artikler ud, som folk deler. Dette indikerer, at det er den høje grad af brugerinteraktion og deling på Facebook, der gør det til en god nyhedskilde for ham. M3 nævner også, at han bruger Instagram og TikTok, men at der ikke er så mange nyheder på disse platforme. Dette kan tolkes som en indikation af, at interaktionsordenen på disse platforme ikke prioriterer nyheder i samme grad som på Facebook. M3 beskriver desuden, at Facebook også er et godt sted at få sladder om folks relationer, hvilket kan indikere, at interaktionsordenen på Facebook er præget af en stor mængde personlige opdateringer og deling af personlige informationer. Samlet set viser M3's udsagn om hans nyhedsadfærd på sociale medier, at de forskellige interaktionsordener på de forskellige platforme er en afgørende faktor for, hvordan han opfatter de forskellige platforme som nyhedskilder.

Det første argument handler dermed om tilgængelighed, og det er et centralt tema i interaktionsordenen, hvor samfundet og medierne påvirker hinanden. Facebook har gjort det let for vores respondenter at tilgå nyheder ved at samle dem i én platform og gøre dem tilgængelige for brugerne. Denne tilgængelighed har øget brugernes interesse for at tilgå nyheder via Facebook, og på den måde kan det siges, at Facebook og andre sociale medier har påvirket samfundets nyhedsvaner. Dette bliver også bekræftet af K5, der siger følgende: "Jeg er ikke særlig god til at holde mig selv opdateret på nyheder, de ting jeg ved er ofte på grund af en nyhedsartikel på Instagram eller Facebook" (Bilag 05, l. 64-66). Det samme gør sig gældende hos K1: "Men så er det også Facebook, der kan også komme en del [nyheder] frem (Bilag 01, l. 208-210).

Dette er eksempler på disse "tilfældige nyheder" (incidental news), som Mitchelstein og Matassi (2017) beretter om i deres artikel 'Incidental News: How Young People Consume News on Social Media' fra vores litteraturreview. Mitchelstein og Matassi forklarer, at unge

bliver eksponeret for mange slags tilfældige nyheder konstant, hvilket medfører, at mange ikke når at læse eller se historierne, hvilket vi ser går igen i vores data. Denne eksponering af et utal af tilfældige nyheder, resulterer i, at de ikke ender med lede efter nyheder eller forholder sig kritisk til det, de bliver præsenteret for (Mitchelstein & Matassi 2017, s. 1785).

En anden vigtig faktor i interaktionsordenen er den naturlige opståen af nyheder, mens man bruger Facebook. Brugere påvirker Facebook ved at skrive kommentarer og dele artikler, og på den måde opstår der en naturlig interaktion mellem brugere og nyhederne. Dette skaber en følelse af, at nyhederne er en del af det sociale miljø på Facebook, og at de er vigtige for brugerne, som vores respondenter italesætter. Ved at tillade brugerne at kommentere og dele nyheder, bliver nyhederne mere interaktive og får en større betydning for brugerne. Dette er også en del af den interaktionsorden, som er blevet skabt på Facebook. Vores respondenter kan give deres mening til kende, debattere nyhederne og på den måde føle, at de er en del af det offentlige rum. Dette kan ses i M3's udsagn: "det bliver skrevet af mange og der kommer mange artikler ud, som folk deler, det er nok der, jeg får flest nyheder igennem" (Bilag 03, l. 131-137). Det er imidlertid også interessant at bemærke, at K4 nævner, at der også er meget sladder på Facebook, og dette kan antyde en negativ side af denne udvikling. Selvom Facebook kan fungere som en effektiv kilde til nyheder, kan det også føre til en forvrængning af nyhederne, hvor sladder og falske nyheder bliver spredt på platformen. I forhold til diskurscyklussen kan dette beskrives som en negativ påvirkning fra samfundet på Facebook, hvor nyhederne forvrænges af brugernes kommentarer og delinger, hvilket vi vil komme nærmere ind på senere i projektet.

Algoritmer spiller også en vigtig rolle i interaktionsordenen på Facebook og andre sociale medieplatforme. Algoritmerne tilpasser indholdet til brugerne ved at vise populære indlæg og fremme bestemte typer af interaktioner. Dette påvirker brugernes adfærd og interaktioner med hinanden. Algoritmerne skaber en interaktionsorden, hvor brugerne bliver eksponeret for indhold, der er mere tilbøjeligt til at fange deres opmærksomhed og opfylde deres specifikke interesser (Lauridsen & Olesen, 2018, s. 146). Det kan betyde, at når K4 fortæller os, at hun oplever, at der er meget sladder på Facebook, kunne det være resultatet af, at hun interagerer med dette indhold og faktisk viser algoritmen, at hun gerne vil eksponeres mere for denne type indhold. Dette vil vi komme nærmere ind på i næste cyklus.

Ser vi dog på vores videomateriale, hvor vi forsøger at få et indblik i respondenternes faktiske vaner, viser vores data, at fem ud af otte respondenter går direkte til Instagram. De resterende to personer går ind på henholdsvis TikTok og Snapchat som det første. Seks ud af otte går på Facebook i løbet af den tid, vi observerer dem, hvilket vil sige, at to personer slet

ikke tilgår Facebook. Dette kan indikere, at vores respondenter prioriterer andre sociale medier som deres foretrukne platforme til underholdning eller information, før de kigger på Facebook.

Instagram som nyhedsdistributør

Som tidligere nævnt i ovenstående citater fra eksempelvis M3 og K5 (Bilag 05, l. 64-66, Bilag 03: 131-137), bliver Instagram og TikTok også benyttet som nyhedskilde. Hvis vi starter med Instagram, italesætter flere af respondenterne Instagram på forskellige måder, når det kommer til nyheder: Mens nogle respondenter siger, at de finder mange nyheder på Instagram, siger andre, at de ikke ser det som en primær kilde til nyheder. For eksempel siger K1: "Jamen primært Instagram, der kommer der meget frem" (Bilag 01, l. 206), mens M3 siger: "Så bruger jeg også Instagram, der er ikke så mange nyheder på der, det er jo mest billedoplæg (Bilag 03, l. 131-137). Ligeledes skelner K2 mellem Facebook og Instagram og mener, at Facebook er bedre til at dække nyheder om verdensbegivenheder, mens Instagram er mere egnet til nyheder om influencers og andre emner (Bilag 02, l. 221-222). Endelig nævner K5, at hun ikke er særlig god til at holde sig opdateret på nyheder, men at de ting, hun ved, ofte kommer fra nyhedsartikler på Instagram eller Facebook (Bilag 05, l. 64-66). Disse forskellige udtalelser kan skyldes, at respondenterne har forskellige vaner, når de bruger Instagram, eller at de følger forskellige profiler, der kan påvirke deres eksponering for nyheder på platformen. Det kan også afspejle den måde, Instagram fungerer på, hvor brugere følger en række forskellige profiler, der ikke nødvendigvis er fokuseret på nyheder. Nogle respondenter følger måske nyhedsmedier og nyhedsprofiler på Instagram, mens andre bruger platformen primært til underholdning og sociale interaktioner.

Det er også værd at bemærke, at nogle respondenter følger nyhedsprofiler på Instagram, men ofte skimmer hurtigt gennem nyhederne, som K4 beskriver: "På Instagram følger jeg eksempelvis DR og TV 2, så der kommer nyheder op, men tit skimmer jeg det bare hurtigt. Men det giver lige hurtigt et godt overblik, synes jeg" (Bilag 04, l. 69-71). Det samme gør sig gældende hos M3, der beskriver følgende: "Jamen, jeg tror jeg følger BT og sådan nogle, men det er ikke noget, jeg bruger ret lang tid på at kigge igennem. Kun hvis der popper et eller andet frem" (Bilag 03, l. 157-159). Dette kan skyldes den store mængde indhold og den visuelle natur af Instagram, hvor brugerne har en tendens til at scrolle hurtigt igennem feedet, som vores data viser.

Disse ovenstående citater antyder, at der er nyheder til stede på Instagram, hvis man vælger at opsøge dem. Det vidner også om, at det muligvis ikke er det, de forventer at platformen leverer i og med, de ikke bruger tid på at læse dem, hvis de bliver eksponeret for nyheder. Dette

kan ligeledes sammenkobles med begrebet om filterbobler, som tidligere er defineret som noget, der sker på de sociale medier, når vi bliver eksponeret for det, algoritmen har personaliseret og skræddersyet til vores nyhedsfeed ud fra, hvad vi i forvejen synes om og interesserer os for (jf. "Algoritmer og filterbobler på sociale medier"). Respondenterne følger altså de ovennævnte nyhedsprofiler, men bliver ikke yderligere eksponeret for disse profilers indhold, hvilket tillige bliver tydeliggjort i vores transskriptioner af videomaterialet, hvor det vises, at ingen af respondenterne ikke bliver eksponeret for nyheder gennem Instagram. Dette ses blandt andet hos K4, som beskrev at hun følger DR og TV 2 på Instagram, men på vores videoobservation af K4 dukker ingen af nyhedsprofilerne op (Bilag 12: Video 4, l. 3-10). Det samme er tilfældet for M3, som også gav udtryk for, at han fulgte nyhedsprofiler, men vi bliver ligeledes ikke præsenteret for profilerne ved vores observation (Bilag 11: Video 03, l. 1-8).

Baseret på vores transskriptioner af vores videomateriale er det tydeligt, at respondenterne har en tendens til at scrolle hurtigt igennem indholdet på Instagram (Bilag 09: Video 1, l. 5). Derudover kan det bemærkes, at respondenterne K1 og K2 bruger mere tid på at se på visse typer af opslag og reklamer. For eksempel kiggede en af respondenterne længere på reklamer for boligting og tøj end på andre opslag. Det kan også ses, at stories fra influencers er populære, og at respondenterne ofte hopper over reklamer i disse stories, medmindre det er for produkter, som de har en personlig interesse i (Bilag 09: Video 1, Bilag 10: Video 2). Endelig er det interessant at bemærke, at respondenterne ser ud til at have en begrænset tålmodighed med at se stories fra den samme person i lang tid.

Interaktionsordenen på Instagram er derfor præget af brugernes individuelle vaner, præferencer og følgevalg, samt den visuelle natur af platformen, der kan gøre det mere udfordrende at identificere og fokusere på nyhedsindholdet. Det er også vigtigt at bemærke, at Instagram er en brugergenereret platform, hvor brugerne selv producerer og deler indhold, herunder nyheder. Dette kan resultere i fragmenterede og tilfældige nyheder på platformen, afhængigt af hvilke brugere der vælger at dele nyheder, og hvem respondenterne følger. Samlet set viser respondenternes svar, at interaktionsordenen på Instagram er kompleks, og brugerne kan have meget forskellige oplevelser og tilgange til nyheder på platformen.

TikTok som nyhedsdistributør

Det er interessant at se, at TikTok også bliver nævnt som en kilde til nyheder af nogle af respondenterne i undersøgelsen. Det påpeges dog, at flere respondenter udtrykker tvivl om TikToks pålidelighed som nyhedskilde. K4 beskriver TikTok som "et kæmpe sladdersted og

meget upålideligt" (Bilag 04, l. 68-69), mens M6 siger, at nyhederne på TikTok ofte er overdrevne (Bilag 06, l. 65-67). Tillige beskriver M3, at han også opfatter TikTok som en platform, der ikke er "superpålidelig" (Bilag 03, l. 223-224). Dette kan skyldes, at TikTok ikke er en traditionel nyhedskilde, men derimod en social medieplatform, hvor alle kan dele indhold. På trods af dette giver nogle af respondenterne stadig udtryk for, at de bruger TikTok som en kilde til nyheder, selvom det ikke er der, de finder flest nyheder. M3 siger eksempelvis, at han bruger TikTok, men fastslår, at "der er jo heller ikke sådan helt vildt mange nyheder på" (Bilag 03, l. 132-137).

Reuters Institute Digital News Report 2022 viser, at brugen af TikTok til nyheder er steget fem gange blandt 18-24-årige på tværs af alle markeder på bare tre år, fra 3% i 2020 til 15% i 2022 (Newman et al., 2022, s. 42), og at unge i Danmark mellem 18 og 24 år, som noget nyt, i høj grad er overrepræsenteret på appen TikTok (Schrøder et al., 2022, s. 19). At unge danskere bruger TikTok mere og mere som en kilde til nyheder kan betyde flere ting. For det første kan det indikere, at unge søger en mere underholdende og letfordøjelig måde at følge med i nyhederne på, som TikTok med dets korte og visuelle format kan tilbyde. For det andet kan det også betyde, at unge i højere grad søger nyheder på de platforme, hvor de allerede bruger tid og interagerer med andre brugere, og hvor de føler sig hjemme. For det tredje kan det også betyde, at de definerer en nyhed ud fra et mere personligt perspektiv frem for et samfundsmæssigt perspektiv, som vi tidligere har beskrevet i afsnittet "At blive en oplyst borger".

I forhold til vores undersøgelse tyder det nemlig ikke på, at vores respondenter anvender TikTok til at følge med i samfundsrelaterede nyheder, men snarere til at blive underholdt af indhold, der vækker deres egen personlige interesse. Dette tydeliggøres ligeledes gennem vores videoobservationer, hvor underholdende TikTok-videoer bliver præsenteret for de respondenter, som gør brug af appen (Bilag 10: Video 2, l. 13-18, Bilag 11: Video 3, l. 9-17, Bilag 12: Video 4 l. 11-17, Bilag 13: Video 5, l. 5-12, Bilag 14: Video 6, l. 1-10).

Dette indikerer, at TikTok har en kompleks rolle i forhold til nyheder, og at brugerne kan have meget forskellige oplevelser med platformen, når det kommer til at tilgå nyheder. Interaktionen mellem brugerne og TikTok som nyhedskilde kan være præget af en række faktorer såsom personlige interesser og præferencer, algoritmer samt tillid til indholdet på platformen. Dette indikerer, at vores respondenter kan have forskellige oplevelser og perspektiver på brugen af TikTok til nyheder.

Mund-til-mund

I forbindelse med vores interviews blev vi også opmærksomme på, at unges primære interaktion med nyheder ikke udelukkende sker gennem sociale medier og en smule traditionelle medier, men også gennem flere forskellige sociale aktører og kilder så som venner og familie. M3 nævner eksempelvis både Facebook og venner og kendte, som det første, da vi spørger ind til hans primære nyhedskilder (Bilag 03, l. 76). I forlængelse af det forklarer han:

M3: Det kan jo være, at man selv laver nyheden eller hører den fra mund-til-mund, så kan man jo godt være den første i en vennegruppe, der trækker nyheden over til sig, men jeg er ikke den første, der hører de nyheder, der kommer gennem so... BT eller Ekstra Bladet eller redaktionerne (Bilag 03, l. 112-115).

M3 beskriver, at deling af nyheder fra mund til mund kan have en mund-til-mund-effekt, hvor nyhederne spredes videre fra person til person i et netværk eller en gruppe. Denne interaktionsorden kan dermed siges at være baseret på tillid, fælles erfaringer og sociale bånd. Det samme beskriver K2, der nævner sine venner og forældre som den primære kilde til nyheder (Bilag 02, l. 118-120). Vi spørger derefter ind til, hvordan hun primært holder sig opdateret på nyheder, hvortil svaret lyder:

K2: Jamen... Forældre, ja. Det tror jeg virkelig er den primære nyhedskilde. Også selvom jeg ikke spørger om, hvad der er sket i dag, så kan min mor tit fortælle "har du hørt om det" eller noget lignende. Og især min storebror, det er som om, han går meget mere op i sådan noget end jeg gør (Bilag 02, l. 122-126).

Dette citat viser, at interaktionsordenen i forhold til nyheder for K2 er præget af hendes sociale cirkler, nærmere bestemt hendes forældre og hendes storebror. Hun angiver ikke traditionelle medier eller sociale medier som sine primære nyhedskilder, men i stedet nævner hun, at hendes forældre er hendes primære kilde til nyheder. Hun bemærker, at hendes mor ofte fortæller hende om ting, der er sket, og hendes storebror er meget interesseret i nyheder.

Dette tyder på, at K2 ikke aktivt søger nyheder gennem traditionelle eller digitale medier, men i stedet modtager nyhederne passivt gennem hendes sociale relationer og mund-til-mund kommunikation. Hendes forældre og storebror spiller således en vigtig rolle i at formidle nyheder til hende og opdatere hende om aktuelle begivenheder. Dette antyder, at K2's opfattelse af verden og samfundet omkring hende kan blive påvirket af de emner og synspunkter, som

hendes forældre og storebror eksponerer hende for. Interaktionsordenen for K2 er således præget af en personlig og tæt social interaktion, hvor nyheder og informationer bliver formidlet gennem nære relationer. Dette kan have indflydelse på hendes nyhedsforbrug og hendes opfattelse af verden omkring hende. Hertil forklarer K2 også, at der er forskel på, hvordan hun interagerer med de forskellige kilder i hendes sociale netværk:

K2: Jeg forholder mig kritisk, hvis det for eksempel er nogle drenge fra min klasse, de kan godt bare fyre et eller andet af [griner], så er jeg sådan “aaarh, kan det nu passe?”, hvor jeg føler, jeg kan mærke det lidt i tonen på mine forældre, tror jeg, at det er mere sådan... altså hvis det virkelig er vigtigt, det de har at fortælle, så fortæller de mig og sån’: “Du skal lige lytte til det her” (Bilag 02, l. 349-354).

Til dette adspurgte vi hende, hvorvidt hendes forskellige reaktioner kunne have noget at gøre med, at de har forskellige nyhedskilder, hvortil hun svarede: “Ja, det forventer jeg helt klart. Primært får mine forældre jo nyheder fra DR og TV 2 Nyheder og dem i klassen er nok mere reality og sladder og sådan” (Bilag 02, l. 358-360).

Dette citat fra K2 giver indblik i interaktionsordenen i forhold til nyheder i hendes sociale netværk. K2 beskriver, at hun har en kritisk tilgang til nyheder afhængigt af kilden, og hendes reaktioner varierer afhængigt af, hvem der fortæller hende noget. Hun nævner, at når drenge fra hendes klasse fortæller hende noget, er hun skeptisk og tvivler på sandhedsindholdet. Dette skyldes muligvis hendes opfattelse af, at de ikke har pålidelige nyhedskilder. På den anden side føler K2, at hendes forældre, når de fortæller hende noget vigtigt, har en anden tone, der indikerer, at det er noget, hun bør lytte til. K2 nævner, at hendes forældre primært får deres nyheder fra formelle kilder som DR og TV 2 Nyheder. Dette antyder, at K2 opfatter disse nyhedskilder som mere pålidelige og troværdige i modsætning til kilderne fra hendes klassekammerater, der fokuserer mere på reality og sladder. Hertil kan det tilføjes, at når nyheder deles mundtligt, kan de blive en del af en fortælling eller et narrativ. Folk kan tilføje deres egne perspektiver, oplevelser eller meninger til nyheden, hvilket kan forme måden, den bliver delt og forstået på. Derfor kan interaktionsordenen skabe en fortolkning og fortælling om nyhederne, der går ud over den oprindelige kilde. K2's kritiske tilgang til nyheder og hendes forskellige reaktioner afhængigt af kilden illustrerer, hvordan interaktionen med forskellige sociale aktører kan påvirke hendes opfattelse og forståelse af nyhederne. Det samme beskriver K1, der forklarer, at der er forskel på, hvorvidt det er hendes venner eller forældre, der fortæller en nyhed: “Ja, der

er vel forskel. Jeg tror jeg tager det lidt mere seriøst, hvis det er ens forældre der siger det. Der var for eksempel det der med Mia-sagen" (Bilag 01, l. 337-339).

Det er interessant at se, at de unge får deres nyheder fra både venner og familie, men at de har mest tillid til deres forældre. Først fremgår det, at der stadig er tillid til traditionelle autoriteter, herunder forældre, når det kommer til information og nyheder. Dette kan være et tegn på, at de unge stadig ser voksne som kilde til troværdig information og som en form for autoritet. Denne interaktionsorden kan således siges at være baseret på tillid, fælles erfaringer og sociale bånd. Samtidigt kan det også indikere, at de unge ikke har den samme grad af selv-tillid, når det kommer til at skelne mellem troværdige og utroværdige kilder, som voksne måske har. Dernæst kan det nævnes, at de unge gymnasieelever muligvis opfatter nyheder som noget, der er mere relevant for voksne, hvor vi også forstod på respondent K1 under afsnittet "Forandret nyhedsperspektiv fra barn til voksen", at hun især mente, at samfundsrelaterede emner var de voksnes ansvar (Bilag 02, l. 49-50). Det kan også være en refleksion af, at de unge stadig befinder sig på grænsen mellem barn og voksen og stadig bor hjemme hos deres forældre, hvorfor de ikke ser dem som deres ansvar at holde sig opdaterede, men snarere deres forældre.

Denne form for interaktionsorden kan være fællesskabsskabende på flere måder. For det første kan det skabe en følelse af fællesskab mellem personer, der deler nyhederne, da det kan give anledning til samtale og debat. Dette kan bidrage til at skabe en følelse af fællesskab og samhørighed mellem personer, der deler nyhederne. For det andet kan det også skabe en følelse af fællesskab mellem personer, der modtager nyhederne, da det kan give dem en følelse af at være en del af et større netværk eller fællesskab. Det kan også give dem en følelse af, at de modtager nyhederne fra en pålidelig kilde, da de får dem fra personer, som de kender og stoler på. Endelig kan det også være fællesskabsskabende på en mere praktisk måde, da det kan bidrage til at sprede nyheder og information til en bredere gruppe af mennesker på en hurtig og effektiv måde.

Efter at have undersøgt de former for involverede sociale aktører i nyhedsformidlingen, som findes i vores semistrukturerede interviews med respondenterne, vil vi vende blikket mod diskursive meningsdannelser om mulige trusler mod demokratiet.

10.4 Diskursive meningsdannelser: Mulige trusler mod demokratiet

I forrige diskurscyklus så vi nærmere på, hvor og hvordan vores respondenter konsumerer nyheder og hvilke interaktionsordner, der er i spil. I denne diskurscyklus vil vi se nærmere på, hvordan de konsumerer og selekterer i indholdet samt hvilke kilder de har henholdsvis tillid og mistillid til og hvorfor. Vi vil tillige se nærmere på de diskursive meningsdannelser, som vores respondenter danner, samt de bias, som vi finder i deres svar, der muligvis kan siges at udgøre en trusselod demokratiet.

10.4.1 Den demokratiske samtale

I den første diskurscyklus beskrev vi, hvordan respondenterne er opvokset med nyheder, og hvordan disse blev en normalitet i hjemmet eller bidrog til den normative overbevisning om, at det er vigtigt at holde sig opdateret. Vi vil nu undersøge yderligere, hvordan disse unge gymnasieelever praktiserer og forholder sig til denne overbevisning, som de har tillært hjemmefra, nu hvor de er blevet voksne.

Som vi tidligere beskrev i afsnittet 'Forandret nyhedsperspektiv fra barn til voksen' fandt vi det interessant, at K1 beskrev, at hun anså det som værende de voksnes ansvar at forholde sig til nyheder, da hun var barn (Bilag 01, l. 49-50). Som vi tidligere har beskrevet, befinder gymnasieeleverne sig i overgangen fra barn til voksen, hvorfor det er interessant at undersøge, hvordan denne overgang påvirker deres holdninger til at holde sig opdateret med nyheder.

M3 fortæller, at han ikke føler behov for at være den første til at få de store, aktuelle nyheder i samfundet. Han synes, at mange af disse nyheder er irrelevante, og at de store nyheder nok skal nå ud til ham på en eller anden måde. Han nævner, at hvis der sker noget som for eksempel 9/11 igen, vil det helt sikkert blive banket ud på alle platforme i hele verden (Bilag 03, l. 120-128). Derudover siger han, at han ikke er en person, der undersøger, om en kilde er oprigtig eller valid. Han lægger mere vægt på, om det, der bliver skrevet, giver god mening for ham (Bilag 03, l. 145-149).

K1 nævner flere gange, at hun først får lyst til at undersøge noget, hvis andre i hendes omgangskreds fortæller om en nyhed, hun ikke ved noget om:

K1: [...] Ja, det er ligesom først når folk omkring en begynder at snakke om det og spørger sår'n "har du hørt det her?" eller et eller andet, så er man sådan okay, det skal jeg da lige ind og læse lidt om det her, så man måske kan være lidt en del af samtalen (Bilag 01, l. 192-195).

Hun uddyber flere gange hvorfor, at det vækker hendes opmærksomhed: "Så man ikke bare sidder og kigger og lytter efter, så man også kan deltage i samtalen" (Bilag 01, l. 202-203). Udtalelserne fra K1 kan tolkes som et udtryk for behovet for social accept og inklusion i gruppen. K1 udtrykker, at hun først bliver interesseret i at læse om nyhederne, når hendes omgangskreds taler om dem, og hun ønsker at kunne deltage i samtalen. Dette kan være et tegn på, at K1 ønsker at være en del af gruppen og at føle sig accepteret og inkluderet. K1's udtalelser kan også indikere, at hun prioriterer sociale interaktioner over nyhederne selv. Hun opsøger muligvis ikke nyhederne for sin egen skyld, men snarere for at kunne deltage i en social samtale med sine veninder, hvilket hun igen beskriver i følgende citat:

K1: [...] Øhm, men også nogle gange hvis jeg har siddet og snakker med nogle veninder om en eller anden nyhed, som jeg tænker, det har jeg ikke lige hørt så meget om eller et eller andet, så går man da tit lige ind og søger på, hvad der lige er sket der, og lige undersøger det (Bilag 01, l. 245-249).

Dette kan have implikationer for, hvor stor betydning nyhederne og den offentlige samtale generelt har for hendes verdensbillede og holdninger, og samtidigt bekræfter det, at hun er opmærksom på den normative overbevisning om, at det væsentligt at kunne deltage i samtaler på et oplyst grundlag (Strömbäck, 2004, s. 65). Et andet interessant nedslag i denne sammenhæng er K2, der forklarer om en situation, hvor hun ikke var opdateret på en nyhed:

K2: [...] Altså i forhold til Mia-sagen for eksempel, så var det heller ikke noget jeg i starten havde set eller hørt om, og tænkte hvordan kan jeg misse det der? Der blev jeg også sådan lidt pinlig, og så skulle mine forældre belære mig om det (Bilag 02, l. 185-188).

Hun udtrykker, at hun følte sig pinlig og undrede sig over, hvordan hun kunne have misset nyheden. Dette tyder på, at der kan være en vis social stigmatisering forbundet med ikke at være opdateret om aktuelle nyheder. Dette kan muligvis også ledes hen til den normative overbevisning i vores samfund om, at man skal holde sig opdateret om aktuelle nyheder for at være en del af den demokratiske samtale og for at kunne deltage aktivt i samfundet (Strömbäck, 2004, s. 65). Endvidere spørger vi ind til, om hun kunne huske, om der var andre, som ikke havde hørt om det, da det blev fortalt på skolen, hvortil hun forklarer:

K2: Jeg føler faktisk nogle gange, at jeg er den eneste. Øhm, men alligevel føler jeg, der er mange som også spørger ind til det, og måske siger “nej det har jeg slet ikke hørt det der”. Men jeg føler tit, jeg er den eneste hvor jeg tit undrer mig over, hvordan jeg kan gå glip af det [fniser] (Bilag 02, l. 202-206).

K2 beskriver her en følelse af, at hun er den eneste, der ikke er opdateret om en given nyhed eller begivenhed. Samtidig fortæller hun, at hun er opmærksom på, at der også er andre, som ikke har hørt om det, og som også stiller spørgsmål om det. Det virker dog stadig som om, hun føler sig mindre opdateret end andre, og undrer sig over, hvordan hun kunne gå glip af det. Dette kunne tyde på, at der er en vis grad af socialt pres for at holde sig opdateret på nyheder og begivenheder, og at manglende opdatering kan føles som en form for socialt tabu eller stigmatisering. Dette afkræfter K2 dog:

K2: Jeg synes ikke det er pinligt, for der er ingen der opdager, at jeg ikke er opdateret, men det er mest for mig selv og min egen skyld. Men jeg oplever det ikke decideret som et tabu, for der er i hvert fald aldrig nogen der sådan har sagt “what the fuck, hvorfor har du ikke hørt om det?” agtigt (Bilag 02, l. 209-213).

Det er interessant, at K2 ikke føler, at det er pinligt, hvis andre ikke opdager, at de ikke er opdaterede på nyhederne, som K1 eksempelvis føler. Det viser, at en del af følelsen af pinlighed kan være selvskabt og relateret til hendes egne forventninger til sig selv. Dette kan således også tyde på, at stigmatiseringen af ikke at være opdateret på nyhederne, måske ikke er så udbredt, som man kunne forvente – i hvert fald ikke blandt K2’s venner. Hun nævner, at hendes mor herefter måtte “belære hende”, hvilket kan indikere, at dette stigma findes i den sociale interaktionsorden i hjemmet. K2 forklarer endvidere, at hun ikke har følt sig udskammet på nogen måde, når hun ikke har været opdateret på en nyhed (Bilag 02, l. 215-216).

Diskursen om den oplyste borger er en af de centrale diskurser, vi finder i vores datamateriale, der påvirker vores opfattelse af, hvad det vil sige at være en aktiv deltager i samfundet. Diskursen går ud på, at for at være en aktiv og ansvarlig borger, skal man være opdateret og informeret om aktuelle nyheder og emner (Strömbäck, 2004, s. 65). Denne diskurs er en vigtig del af den demokratiske samtale og er med til at sikre, at borgerne kan give deres mening til kende og deltage aktivt i samfundet. På den anden side kan der også være en diskurs om stigmatisering af dem, der ikke er opdateret eller informerede om aktuelle nyheder og emner. Dette kan føre til en følelse af pinlighed eller undren hos de personer, der ikke er opdaterede, og kan

skabe en barriere for dem, der ønsker at deltage i den demokratiske samtale. Vi finder, at hvis unge mennesker føler sig stigmatiseret eller pinligt berørt af at ikke være opdateret, kan det føre til en vis tilbageholdenhed eller endda apati i forhold til at deltage i den demokratiske samtale, som K2 beskriver. Derudover finder vi også, at andres engagement i nyhederne kan virke motiverende for at undersøge, hvad nyheder omhandler, så man kan deltage i samtalen, som K1 beskrev.

10.4.2 Nyhedsvaner

Flere af vores respondenter beskriver deres nyhedsvaner som værende “ret dårlige”, “ikke så gode” eller “overfladiske”. Et eksempel er M3, der siger følgende:

M3: Mine nyhedsvaner i dag er meget overfladiske. Jeg er ikke sådan helt vild god til at være med på beatet, jeg får som regel først nyheder af vide af venner og bekendte i forhold til fjernsynet eller billedbladet. Jeg ser ikke rigtigt TV-avisen, men mine nyheder blandt venner og bekendte er blevet langt bedre og min brug af sociale medier er blevet mindre. Jeg bruger godt nok meget tid på TikTok og Instagram, men der driver man ikke rigtigt nyheder på samme måde (Bilag 03, l. 68-74).

Derudover beskriver K2 følgende: “Jeg er ikke den der type, der går ind på nettet og søger DR for eksempel, og så går ind og scroller. Det kender jeg faktisk ret mange, der gør. Nogle sidder også i timen og det, scroller nyheder, men det kan jeg ikke” (Bilag 02, l. 138-143), hvortil hun tilføjer: “Men jeg er lidt træt af det faktisk, fordi jeg gad godt at kunne følge med i, hvad der sker i verden, men det gør jeg bare ikke (Bilag 02, l. 147-149).

Ud fra disse citater kan det konkluderes, at flere af respondenternes nyhedsvaner ikke opfylder deres egne ønsker og behov. M3 beskriver for eksempel sine nyhedsvaner som "overfladiske" og siger, at han ikke er "med på beatet", hvilket kan tolkes som en følelse af at være bagud i forhold til nyhedsstrømmen og ikke have tilstrækkelige oplysninger om, hvad der sker i verden. På samme måde udtrykker K2 en følelse af frustration over ikke at kunne følge med i, hvad der sker i verden, selvom hun gerne vil det. Derudover beskriver hun hendes nyhedsvaner som værende “ret dårlige” (Bilag 02, l. 108-110).

Desuden fremgår det, at flere af respondenternes nyhedsvaner er præget af sociale medier, men ikke nødvendigvis på en konstruktiv måde. M3 fortæller, at han bruger meget tid på TikTok og Instagram, men at disse platforme ikke driver nyheder på samme måde. Dette kan tolkes som en indikation af, at han bruger sociale medier mere til underholdning end til at følge med i nyhederne. På samme måde beskriver M8 sine nyhedsvaner som "ikke så gode" og siger, at hans nyheder primært kommer fra pop-up vinduer på Facebook, hvilket kan tolkes som en passiv og tilfældig måde at modtage nyheder på (Bilag 08, l. 78-79). Derudover kan det pointeres, at flere af respondenternes nyhedsvaner ikke lever op til deres egne ønsker og behov for at være opdateret på, hvad der sker i verden, hvilket kan indikere, at de er bevidste om, at der er nogle diskurser og normer i samfundet om, at man bør følge med i nyhederne for at være informeret om samfundet og dens udvikling.

Vi er opmærksomme på, at nyhedsforbrug er en individuel og subjektiv praksis, og det er op til den enkelte at definere, hvad der er relevant for dem og deres interesseområder. Der er ingen fastlagte regler for, hvordan man "skal" følge med i nyhederne, og det er derfor interessant, at vores respondenter selv italesætter, at de ikke er tilfredse med, hvordan de praktiserer deres nyhedsvaner. Vi så i forrige afsnit eksempler på, at nogle af respondenterne gerne vil kunne deltage i den offentlige samtale, og vi finder det derfor relevant at diskutere og reflektere over, hvordan respondenters nyhedsvalg påvirker deres forståelse af samfundet og deres evne til at deltage aktivt i demokratiske processer, hvilket vi kommer nærmere ind på i diskussionen. Vi vil nu se nærmere på, hvordan de vælger deres indhold.

10.4.3 Selektion

Baseret på vores datasæt og tidligere analyse kan vi konkludere, at sociale medier spiller en væsentlig rolle i respondenternes nyhedsvaner, men ikke nødvendigvis på en konstruktiv måde. Dette kan muligvis også være resultatet af en manglende interesse for nyheder generelt, medmindre de er af personlig interesse. Her ser vi et sammenfald med måden, hvorpå nogle af vores respondenter definerede nyheder på, som vi præsenterede i afsnittet "At blive en oplyst borger". Da vi spørger M3 ind til, om han kan give nogle eksempler på, hvordan nyheder er en del af hans hverdag, siger han:

M3: Jamen, det er et godt spørgsmål, nyheder er ikke sådan en stor del af min hverdag, øh, i dag... Jeg hører en gang imellem radio, men det er ikke noget, jeg tænker væsentligt over skal være en del af min hverdag (Bilag 03, l. 79-81).

M3's udtalelse om, at nyheder ikke er en stor del af hans hverdag, tyder på, at nyheder ikke er en prioritering for ham. Dette indikerer, at hans manglende interesse for nyheder kan være en af årsagerne til, at han ikke følger nyheder på daglig basis. Baseret på vores fund tyder en hel del på, at unge er mere tilbøjelige til at læse nyheder, hvis det er noget, de kan relatere til. De sorterer nyheder efter deres interesse, og det er mere sandsynligt, at de læser nyheder, som er relevante for deres livsstil, hvilket dermed også er de nyheder, de fortsat bliver eksponeret for. K4 nævner eksempelvis, at hun ikke er synderligt interesseret i nyheder om USA og krigen i Ukraine:

K4: Det er ikke alle nyheder, som jeg prioriterer lige højt, hvilket betyder, at mine nyhedsvaner er mere interessepræget, end de har været førhen. Det er mere, hvis det er noget, jeg kan relatere til, at jeg kan finde på at dykke mere ned i det. Men eksempelvis ting der sker i USA, er jeg pænt ligeglad med og også sådan noget som krigen i Ukraine følger jeg da med i, men det er overhovedet ikke det, der har min store interesse (Bilag 04, l. 47-52).

K4 giver et eksempel på, hvordan hendes nyhedsvaner er mere interessepræget, og at hun kun vil dykke ned i nyheder, som hun kan relatere til. Hendes udtalelse om, at hun ikke er interesseret i nyheder om USA og krigen i Ukraine, viser, hvordan nyheder, der ikke er relevante for hendes livsstil, ikke er en prioritet for hende. Dette kunne tyde på, at personlig interesse er en afgørende faktor for, om unge mennesker følger nyheder eller ej.

Derudover har vi udledt, at de unge sjældent læser nyheder til ende, medmindre det fanger deres interesse. Eksempelvis nævner M3, at han kun læser nyheder til ende, hvis han er meget interesseret i emnet (Bilag 03, l. 86-96). Det samme gør K7, der læser artikler til ende eller finder dem relevante, hvis det relaterer sig til hende og sin hverdag (Bilag 07, l. 71-73). Det samme beskriver K4 (Bilag 04, l. 47-52), M6 (Bilag 06, l. 71-73), K5 (Bilag 05, l. 71-74) og M8 (Bilag 08, l. 83-85). Derudover har vi K2, der siger følgende: "K2: Det er hvis jeg bliver tvunget til det, tror jeg [griner]. For eksempel i skolen, eller hvis det er en artikel, jeg virkelig synes er interessant, hvis de omhandler noget, jeg synes er spændende" (Bilag 02, l. 163-165). Det er interessant, at K2 bruger et ord som "tvang", hvilket indikerer, at det ikke er noget, hun gør af lyst eller med tanke på at blive mere oplyst. Vi spørger mere ind til, hvad hun finder spændende, hvortil hun nævner, at hun primært synes reality er spændende: "Altså det kan nok godt være sådan noget hverdags-noget, altså noget der er sket på dagen, så synes jeg det er interessant, hvis det er sket lige nu. Ellers reality ser man jo også, det synes jeg primært er

meget spændende” (Bilag 02, l. 169-172). Hvortil K2 uddyber: “[...] vi snakker meget om reality og influencers. Det er også nogle vi kan relatere os til, og det er jo ofte noget som ikke er så dybt og svært at forstå” (Bilag 02, l. 174-176). I dette citat er der flere diskurser i spil. For det første er der en diskurs om relevans og nytteværdi, hvor K2 søger efter nyheder, der er relateret til hendes hverdag og rutiner. Dette kan antyde, at K2 prioriterer nyheder, der kan have en direkte indflydelse på hendes liv, og som hun kan handle på. Derudover er der en diskurs om let forståelighed og tilgængelighed, hvor K2 og andre respondenter foretrækker nyheder og indhold, der er let at forstå og ikke kræver for meget indsigt eller tid at sætte sig ind i. Endelig er der en diskurs om popularitetsbaseret interesse, hvor K2 viser interesse for reality-TV og influencers, og forklarer, at dette er noget, hun kan relatere til og nemt forstå. Dette kan indikere, at K2 og andre respondenter foretrækker nyheder og indhold, der er populært og som har en bred appel blandt deres jævnaldrende og sociale netværk, hvilket ligeledes kan være fælleskabsskabende.

Ordet influencers er noget, der bliver nævnt flere gange i projektet, og som Mehlsen (2020) påpeger, kan dette tyde på, at udbredelsen af de sociale medier har medført, at de traditionelle medier har mistet monopol på at være kanaler til en bredere offentlighed (Mehlsen, 2020, s. 7). Derudover er det heller ikke kun noget, der bliver nævnt, men også noget, som vi ud fra vores datamateriale og observerer, er en del af respondenternes sociale handlinger. Når de scroller gennem deres feed, bliver de eksponeret for en hel del influencers. Dette bekræfter imidlertid Mehlsens fund om, at langt størstedelen af de unge følger og ser indhold fra influencere på sociale medier, men at de også bliver eksponeret for og ser indhold fra influencere, som de ikke nødvendigvis følger (Mehlsen, 2020, s. 4).

Vores transskriptioner af videomaterialet viser, at influencerne er en integreret del af respondenternes sociale medievaner og den type indhold, de konsumerer. Video 1 viser, at respondenter bruger tid på at se tøjreklamer fra SE og HØR influencere (Bilag 09, Video 1, l.) Dette kan indikere, at disse former for indhold er interessante og fængende for respondenter. Video 2 viser, at respondenter tjekker stories fra forskellige influencere, herunder Julia Sofia og Melissa Bendtsen (Bilag 10, Video 2, l.) Dette kan indikere, at influencerne spiller en rolle i respondenterens livsstil og opfattelse af sig selv og andre. Video 4 viser, at respondenter hurtigt klikker videre fra influencerindhold i sit newsfeed og kun stopper op, hvis det er fra tætte venner eller familie eller noget, der fanger deres interesse. Dette kan indikere, at selvom influencere fylder meget i respondenterens newsfeeds, er de ikke nødvendigvis den primære kilde til indhold (Bilag 12, Video 4, l.). I video 5 ser vi, at respondenter ‘liker’ et opslag fra en mandlig influencer og derefter scroller videre og ser endnu et opslag fra en influencer, før han

scroller videre igen (Bilag 13, Video 5, 1.). Dette viser, at respondenter interagerer med influencerindhold ved at 'synes godt om' det, men at de ikke nødvendigvis bruger lang tid på at se det. I video 6 dukker der flere influencerprofiler op, hvilket indikerer, at influencerne fylder meget i respondentens newsfeeds og er en konstant tilstedeværelse i hans online liv (Bilag 14, Video 6, 1.). Samtidig viser respondentens udtalelse om, at han kun stopper op, hvis indholdet fanger hans interesse eller er fra tætte relationer, at influencerindhold ikke er den eneste kilde til opmærksomhed i deres newsfeed. Vores datamaterialet viser således, at influencere er en stor del af respondenternes sociale medie-brug og eksponering, hvilket vi vil vende tilbage til i diskussionen.

10.4.4 Underholdning

Som vi lige har nævnt, giver nogle af respondenterne særligt udtryk for, at de især er interesserede i indhold, der omhandler reality og influencers. Derudover er mange af respondenterne også interesserede i aktuelle nyheder, især krimisager såsom mordet på Mia Skadhauge Stevn, som de kan relatere til, både geografisk og aldersmæssigt (Bilag 04, l. 79-80, Bilag 01, l. 365-368, Bilag 07, l. 71-73, Bilag 05, l. 71-74). Da vi spørger mere ind til, hvilken type nyheder, der er vigtigst, er der konsensus om, at gymnasieeleverne mener, at nyheder om Corona og dagsvigtige oplysninger er mere vigtige end reality og influencer-nyheder: "K2: Nej, jeg ser nyheder om Corona og de dagsvigtige informationer mere vigtige end for eksempel reality, men jeg tror bare ikke det er dem, altså, der lægges vægt på i hverdagen, det er jo mere influencers" (Bilag 02, l. 227-229). Det interessante er imidlertid, at det dog er nyheder om reality og influencers, der er mere relevante for deres daglige liv og som er mere tilbøjelige til at blive diskuteret med deres venner (Bilag 02, l. 231-235, Bilag 04, l. 55-61, Bilag 01, l. 219-225).

Det er gennemgående, at de unge gymnasieelever i vores undersøgelse viser en større interesse for underholdning og reality end for nyheder, der har relevans for samfundet. Der kan være flere årsager til dette. For det første kan det skyldes, at unge generelt er mere tilbøjelige til at være fokuserede på deres egen personlige udvikling og interesser end på samfundet som helhed. En mulig forklaring kunne være, at nyheder ofte præsenteres på en mere formel og distanceret måde, som K2 beskriver som værende "dybt og svært at forstå" (Bilag 02, l. 174-176), hvorimod nyheder om underholdning og reality ofte kan siges at være mindre komplekse, nemmere at forstå og have en mere personlig og emotionel dimension, som de bedre kan relatere til. Endelig kan det også skyldes, at sociale medier og influencer-kultur er mere fremtræ-

dende i vores respondents liv, og at disse platforme er mere tilbøjelige til at promovere underholdning og reality end seriøse nyheder. K2 beskriver endvidere, at det ikke er afslappende for hende at læse nyheder, og hvis hun gør, er det typisk overfladisk:

K2: Jeg tror, det er hvis jeg keder mig, hvis jeg for eksempel venter på en bus, så kan jeg godt klikke og skimme en tekst eller artikel igennem. Men det er ikke sådan hvis jeg prøver at slappe af, det er mere sådan, tidsfordriv (Bilag 02, l. 179-182).

Gennem dette citat og det vi har observeret i videomaterialet, kan det udledes, at de unge gymnasieelever scroller meget hurtigt igennem deres telefoner og skimmer nyhedstekster for at få en idé om indholdet (Bilag 15: Video 7, l. 12-13., Bilag 09: Video 1, l. 13, Bilag 10: Video 2, l. 3-12, Bilag 11: Video 3, l. 2, 12, Bilag 12: Video 4, l. 13, Bilag 14: Video 6, l. 5). Vores data viser, at unge gymnasieelever har en tendens til at have en kort opmærksomhedsspændvidde, når de tilgår nyheder på deres telefoner. De er mere tilbøjelige til at se på overskrifter og skimmer teksten for at få en idé om indholdet (Bilag 03, l. 157-159). Dette kan skyldes den store mængde af information og nyheder, som de unge gymnasieelever konstant udsættes for, og de forsøger at sortere og prioritere nyheder efter deres personlige interesse og relevans for deres livsstil, hvilket vi kommer nærmere ind på senere. Dette beskriver K2 og K4 blandt andet:

K2: Ej, men det er de, altså sådan, jeg kigger bare på sociale medier og primært Facebook, så hvis der er fangende overskrifter, så går man jo ind og kigger på dem og skimmer lidt igennem, men jeg tror det er max en gang om dagen, måske trykker jeg kun på en til to nyheder på en dag (Bilag 02, l. 112-116).

Hvortil K4 beskriver: “På Instagram følger jeg for eksempel DR og TV 2, så der kommer nyheder op, men tit skimmer jeg det bare hurtigt” (Bilag 04, l. 69-71). I disse citater udtrykker K2, at hun ikke er særlig interesseret i aktivt at følge nyhederne og at læse nyhedsartikler, og både K2, K4 og M3’s citater vidner om, at de ikke er synderligt interesserede i at læse nyhedsartiklerne i dybden.

Som vi udledte tidligere, er sociale medier vores respondents foretrukne kilde til nyheder, men M8 beskriver meget tydeligt, at han forventer underholdning på de sociale medier, hvilket netop kan være essensen af, at unge i højere grad fravælger de nyheder, der måske kan være svære at forstå: “Jeg er typisk på sociale medier for at føle mig underholdt, og der vil jeg da helst se noget, som interesserer mig” (Bilag 08, l. 109-110).

Vi bemærker, at respondenter primært anser sociale medier som en kilde til underholdning og ikke i så høj grad som en kilde til nyheder eller information, når han samtidigt beskriver, at hans primære kilde til nyheder er sociale medier, hvilket vi vil komme nærmere ind på i diskussionen. Vil vi nu se nærmere på, hvad vores respondenter klikker på og fanger deres interesse.

10.4.5 Overskrifter der fanger

I vores datamateriale kunne noget tyde på, at clickbait er en faktor, der kan afskrække unge fra at læse nyheder, og som de i hvert fald er bevidste om:

M3: Jeg synes det, der er blevet noget værre noget er, at folk vælger eller mange medier vælger at lave sådan noget clickbait, og det kan godt tirre en til at skulle ind og læse en artikel. [...] Så mange gange sidder jeg så med en tom fornemmelse bagefter, og tænker “det var ikke det værd” eller “det stod sådan set i overskriften” (Bilag 03, l. 86-96).

Citatet viser, at der er en bekymring blandt respondenter omkring clickbait og sensationelle overskrifter på sociale medier. M3 udtrykker frustration over at føle sig skuffet efter at have læst en artikel, som ikke lever op til overskriften, hvilket K4 istemmer sig (Bilag 04, l. 86-90). Dette kan føre til en overfladisk tilgang til information og en tendens til at stole på sensationelle overskrifter, som netop kan føre til misforståelser eller fejlagtige opfattelser af virkeligheden. Samtidig kan det også svække tilliden til især “sladderkanaler”, som K4 beskriver:

K4: Altså jeg ser alle de der sladder-kanaler som upålidelige. EkstraBladet, realitetyportalen og sådan noget, fordi jeg bare føler det er clickbait mange gange. Altså så læser man en overskrift og tænker “wow, spændende, vildt nok”, men så læser man det, og så er man bare sådan “what the fuck... Det var vist lige lidt løgn” (Bilag 04, l. 86-90).

Desuden er der data, der viser, at hele 27 procent af unge (18-29 år) ikke er enige i, at de nyhedskilder, de bruger, kun fejlagtigt rapporterer falske nyheder, hvilket er væsentligt højere end andre aldersgrupper (Kulturministeriet, 2020, s. 19). Dette kan tyde på, at clickbait kan afskrække unge fra at læse nyheder, og at de er bevidste om dette fænomen. Som vi har udledt,

bruger syv ud af otte af vores respondenter sociale medier som deres primære kilde til nyheder og information, og hvis deres interesser primært er inden for reality og underholdning, kan dette føre til filterbobler, hvor de kun ser og læser nyheder, der passer ind i deres interesseområde. Dette kan føre til en snæver opfattelse af verden og en mangel på mangfoldighed i deres kilder til information og have en negativ effekt på deres evne til at forholde sig kritisk til nyheder og udfordre deres egne holdninger (Bozdog & Hoven 2015, s. 249). Samtidig kan clickbait-titler og sensationelle overskrifter på disse platforme også forstærke deres interesse for visse emner, som K2 italesætter:

K2: Det er mere sådan overskriften, der fanger mig, som gør at jeg trykker på det og læser det. Men man ved jo også godt, at måske DR og TV 2 er mere sande i det de skriver i forhold til for eksempel RealityPortalen (Bilag 02, l. 270-273).

Men selvom respondenterne er bevidste om og kritiske overfor clickbait, så italesætter M6, at det virker: “Jeg bliver kritisk, når jeg læser en clickbait-overskrift, fordi jeg bare tænker fake news med det samme... Men det virker jo” (Bilag 06, l. 87-89) og “Selvom jeg er kritisk, så kan jeg da godt finde på at trykke, fordi jeg alligevel bliver nysgerrig” (Bilag 06, l. 90-92). Denne passage fra interviewene viser, at selvom respondenterne er bevidste om clickbait og fake news, er de stadig tilbøjelige til at klikke på det og læse det. Dette er et eksempel på, hvordan clickbait og sensationelle overskrifter kan manipulere og påvirke respondenterne, selvom de er bevidste om deres metoder. Hertil er det væsentligt at pointere, at vi ikke opfatter clickbait som en bias, da det primært handler om at vække interesse for en artikel eller et indhold ved hjælp af en overskrift eller et billede. Vi anser derimod fake news som bias, da det er en bevidst manipulation af information med henblik på at vildlede og påvirke modtageren i en bestemt retning. Fake news kan have alvorlige konsekvenser, da det kan sprede misinformation og skabe forvirring og konflikt i samfundet (jf. “Fake news”).

Derudover beskriver M3, at han opfatter fake news som et “sjovt begreb”, og at han tror på, at “der er rigtig mange nyheder, der florerer rundt, nogle er falske, nogle er sande. Der skal man jo selv vurdere, hvad der er sandt eller falsk og bruge sin erfaring og sin fornuft (Bilag 03, l. 265-268). For det første er der en diskurs om, at fake news er en udfordring for den generelle tillid til nyheder og information. Derudover kan der ses en diskurs om vigtigheden af kritisk tænkning og personlig ansvarlighed i forhold til at vurdere nyheder og information. M3 henviser til sin egen erfaring og fornuft som afgørende for at kunne skelne mellem sande og falske

nyheder, og dette kan tolkes som en opfordring til, at individer selv skal tage ansvar for at vurdere nyheder og information kritisk.

Samtidigt beskriver K1, at hun godt ved, at SE og HØR forskruer historierne for at få flere læsere til, men at hun synes “det er ret godt, for de opdaterer hele tiden og skriver altid om nye ting” (Bilag 01, l. 257-262). Som Strömbäck (2004) påpeger, så adskiller journalistik sig konceptuelt fra reklame, underholdning og propaganda, og formålet med journalistik er således at fortælle om og beskrive virkeligheden i offentlighedens navn så sandfærdigt som muligt (s. 76). I forlængelse af det kan det påpeges, at det kan det have en negativ indvirkning på vores respondents evne til at engagere sig i samfundsrelaterede spørgsmål og deltage aktivt i demokratiet, hvis de udelukkende bruger disse afhængige medier som en kilde til nyheder, og disse medier altså ikke lever op til deres del af den sociale kontrakt med demokratiet (Strömbäck, 2004, s. 76).

Vores respondenter er bevidste om, at disse fornævnte kilder, der fokuserer på reality og underholdning, ikke er public service-medier, som har en forpligtelse til at formidle objektive og troværdige nyheder til befolkningen, men snarere afhængige kilder, der netop er afhængige af at tjene penge (Kulturministeriet, 2016, s. 40). Dette beskriver K5 også:

K5: Det er jo nok noget med, at vi som borgere betaler til eksempelvis DR, og de så ikke er ude på at fange så mange seere og læsere. Hvorimod at kulørte blade, og nu er jeg ikke sikker, men de kræver jo at kunderne køber deres blade og betaler for abonnement hos dem, og det gør man jo ofte, hvis man finder en overskrift spændende. Men jeg synes også at kulørte blade oftere skriver om lidt mere [laver citationstegn med fingrene] ligegyldige nyheder indenfor for eksempel reality. Selvom jeg jo faktisk synes, at reality er sjovere at læse om (Bilag 05, l. 105-112).

K5 beskriver, hvordan public service-medier, som DR, ikke er ude efter at fange så mange seere og læsere, mens kulørte blade og andre afhængige kilder kræver abonnementer og er afhængige af at tiltrække læsere med spændende overskrifter og reality-nyheder. Dette viser, at der er en risiko for, at læserne udsættes for sensationelle og mindre objektive nyheder, når de bruger afhængige kilder som deres primære nyhedskilde. Blandt vores respondenter er der generelt konsensus om, at de finder traditionelle kilder som DR og TV 2 mere troværdige (Bilag 08, l. 134-138, Bilag 07, l. 91-95, Bilag 02, l. 270-273, Bilag 05, l. 105-112, M6, l. 109-110 og Bilag 01, l. 385-389). Alle disse kildehenvisninger fokuserer på tilliden til nyhedskilder og viser en bevidsthed om, at forskellige kilder kan have forskellige agendaer og tilgange til at

formidle nyheder. K4 beskriver eksempelvis, at hun generelt har “større tillid til public service, fordi de ikke skal tjene penge, som andre medier skal” (Bilag 04, l. 105-106). M8 udtrykker tillid til TV 2 og DR Nyheder, men indrømmer samtidig at læse mest BT, selvom han er opmærksom på, at overskrifterne kan være misvisende, men at det er blevet en vane for ham at læse BT. Dette er et eksempel på, at M8’s valg af nyhedskilder i højere grad er baseret på vaner fremfor tillid.

K7 udtrykker ligeledes en mere skeptisk holdning til sladderblade og anerkender, at journalister også kan lave fejl, men udtrykker alligevel mest tillid til TV 2 og DR. K2 beskriver, at der ikke er nogle bestemte nyhedsplatforme, som hun foretrækker, men at hun alligevel finder nogle platforme mere troværdige:

K2: Det gør jeg faktisk overhovedet ikke, nej. Det er mere sådan overskriften, der fanger mig, som gør at jeg trykker på det og læser det. Men man ved jo også godt, at måske DR og TV 2 er mere sande i det de skriver i forhold til for eksempel RealityPortalen (Bilag 02, l. 270-273).

Det er interessant at bemærke, at K2 angiver at have mere tillid til visse platforme, såsom DR og TV 2, end til kilder som RealityPortalen. Dette kan skyldes forskelle i kildernes troværdighed, erfaring og journalistiske standarder. Det mest bemærkelsesværdige aspekt af citatet er dog, at overskriften er afgørende for, om respondenter vælger at læse en artikel eller ej, uanset hvor troværdig kilden måtte være, hvilket M8 underbygger, når han siger: “Først og fremmest læser jeg nyheder, hvor overskriften fanger mig” (Bilag 08, l. 83-85). Dette kan indikere, at rubrikker spiller en vigtig rolle i at tiltrække læsere og få dem til at engagere sig i indholdet. Vi ser, at rubrikker således både kan have positive og negative virkninger på vores respondenter. Positivt set kan en stærk og interessant rubrik fange deres opmærksomhed og motivere dem til at læse artiklen, mens en svag eller uinteressant rubrik kan føre til, at læseren springer artiklen over. Negativt set kan rubrikker også være vildledende eller sensationelle, hvilket kan føre til misforståelser eller overdreven bekymring blandt læserne, hvilket K1 også italesætter:

K1: Altså ja, det tror jeg. Men igen tror jeg måske det er sådan noget som SE og HØR, som måske udnytter dig på en måde. Især for vi unge, for vi er nok nogle gange lidt naive, og vi tror måske på lidt mere. Så jeg tror nogle gange, at de kan finde på at forskrue det lidt og måske gøre nogle nyheder værre end de egentlig er (Bilag 01, l. 393-399)

Dette citat viser, at respondenten er opmærksom på, hvordan visse medier muligvis kan udnytte deres læsere ved at overdrive eller vinkle nyhederne på en måde, der ikke nødvendigvis er sandfærdig. Respondenten antyder, at SE og HØR muligvis udnytter unge og naive læsere på denne måde. Dette viser, at respondenten er kritisk over for vildledende rubrikker, og hvordan de kan manipulere læserens opfattelse af en nyhed. Respondenten nævner også, at unge kan være mere naive og lettere tro på disse rubrikker, hvilket viser en vis bevidsthed om mediepåvirkning. Følgende citat fra K5 underbygger også dette: “Ja, jeg vil sige, det afhænger af nyhedsbringeren, hvis det er en SE og HØR-artikel med en lidt for vild overskrift, går jeg enten videre eller falder lige i med begge ben” (Bilag 05, l. 90-92). K5's udtalelse understreger igen vigtigheden af rubrikker i nyhedsforbrug. Respondenten giver udtryk for, at overskrifter kan have en stor indflydelse på, om de vælger at læse en artikel eller ej. Det interessante her er, at respondenten også anerkender, at det afhænger af, hvem der bringer nyheden, og at nogle kilder måske er mere tilbøjelige til at bruge sensationelle overskrifter end andre. Det antyder, at respondenten ikke nødvendigvis er villig til at acceptere enhver rubrik som sand eller objektiv, men er i stand til at tage højde for afsenderens troværdighed og intentioner. Samtidig indikerer respondenten også, at nogle gange kan sensationelle overskrifter stadig fange hendes opmærksomhed og trække hende ind i en artikel, selvom hun måske er bevidst om, at overskriften er overdrevent.

Alle ovenstående citater fra vores respondenter viser også, at vaner og præferencer spiller en rolle i, hvordan de vælger at forbruge nyheder, og at forskellige nyhedskilder kan have forskellige styrker og svagheder. Det er ikke nødvendigvis en modsætning, at vores respondenter har tillid til de mere traditionelle nyhedsmedier som DR og TV 2 samtidig med, at de vælger at læse andre kilder, der eksempelvis fokuserer mere på reality og underholdning. Respondenterne kan have forskellige grunde til at læse forskellige typer nyheder. For eksempel kan det være, at de synes, at nyheder om politik og internationale nyheder er komplekse og svære at forstå, som vi tidligere har beskrevet med afsæt i vores data (Schrøder et al., 2022), mens nyheder om reality og kendisser er mere underholdende og letforståelige. Det kan også være, at de læser disse kilder som en form for afslapning eller tidsfordriv, mens de ser DR og TV 2 som platforme, hvor man skal bruge mere tid på at sætte sig ind i stoffet.

Når det kommer til troværdighed, udtrykker K5 og K2 en klar præference for TV-nyheder frem for kulørte blade og skrevne artikler fra online nyhedskilder (Bilag 05, l. 102-103, Bilag 02, l. 371-375). K5 fremhæver sin tillid til TV-nyheder, mens hun ikke har tillid til de kulørte blade. K2 udtrykker en lignende præference og siger, at hun primært ikke stoler på reality-ting og skriftlige artikler fra online nyhedskilder, men at hun stoler mest på TV-nyheder

og videoformatet. K2 siger eksempelvis, at hun “[...] stoler meget mere på det, man kan se i fjernsynet” (Bilag 02, l. (379-380)). Det samme gør K1, der beskriver, at hun har mindre tillid til SE og HØR, “fordi de har jo for eksempel ikke sådan TV-udsendelser og sådan noget, for det har DR” (Bilag 01, l. 277-279). Alle tre udsagn viser en tendens til at foretrække nyheder, der præsenteres i en visuel form, hvor en troværdig person foran kameraet præsenterer nyhederne. Det beskriver K2 yderligere: “Selvom det selvfølgelig kommer fra samme kilde, så det der med at man føler man kan sætte ansigt på personen, det skaber mere troværdighed” (Bilag 02, l. 384-386). Dette kan skyldes, at de opfatter denne form for nyheder som mere objektiv og troværdig, da der er en person, som er ansvarlig for at formidle nyhederne. Derudover kan det også tolkes som en indikation af, at de er mere tilbøjelige til at stole på etablerede medieinstitutioner som DR og TV-nyheder, som anses for at være mere professionelle og pålidelige, end de kulørte blade og online nyhedskilder, som de opfatter som mindre troværdige. I sidste ende viser udsagnene en præference for nyheder, som de opfatter som objektive og troværdige, hvilket kan være en indikator for, at de ønsker at være informeret på en måde, som de kan stole på. Derudover kan det synes paradoksalt, at selvsamme respondenter ikke anvender disse platforme som deres foretrukne nyhedskilder. Det vil vi komme nærmere ind på i diskussionen.

10.4.6 Den digitale tidsalder

Vi har tidligere nævnt den digitale tidsalder og medialiseringen, som vores respondenter indskriver sig i. Dette vises især ved måden, hvorpå de unge har information og nyheder tilgængelige hele døgnet rundt. Flere af respondenterne føler sig dog også overvældet af den store mængde af information og nyheder, der er tilgængelige på sociale medier og andre online-platforme. M6 beskriver blandt andet:

M6: Nej, ikke helt. I dag vil jeg sige, at jeg føler en blanding af nysgerrighed og usikkerhed, når jeg ser nyhederne. Jeg er nysgerrig efter at lære mere om, hvad der sker i verden, men jeg bliver også overvældet af den negativitet og “dårlige nyheder” så som krig, der er. Jeg tror også, at mange unge, som mig selv, kan føle sig overvældede af mængden af nyheder og info, der er på sociale medier, og det kan være svært at vurdere, hvilke nyheder man skal stole på, og hvilke man skal være skeptisk over for (Bilag 06, l. 43-50).

Vores data indikerer, at det kan være svært for unge at navigere i denne mængde af information og at vurdere, hvilke nyheder der er sande og pålidelige, hvilket kan føre til en følelse af overvældethed og usikkerhed, som M6 beskriver. Det kan også føre til en følelse af apati og ligegyldighed, som K4 beskriver:

K4: Jamen, nu er der bare information hele tiden og over det hele. Og jeg føler bare, det er det samme, man hører om hele tiden. Så det er blevet ret kedeligt, og jeg synes ikke, det er så spændende mere, end hvad jeg gjorde førhen, fordi jeg bare er sådan “nå, nu det igen?”, så nu er jeg mere interesseret i ting, jeg selv interesserer mig for, det kan være kendte mennesker, TV-programmer og influencers... Og ikke så meget de store nyheder (Bilag 04, l. 55-61).

Noget kunne tyde på, at hvis unge føler, at de ikke kan skelne mellem sande og falske nyheder, eller hvis de føler, at nyhederne kun handler om negative og dystre begivenheder, kan de miste interessen for at følge med i nyhedsstrømmen. De citerede udsagn fra respondent M6 og K4 illustrerer, hvordan den konstante strøm af negative nyheder og den overdrevne mængde af information på sociale medier kan virke overvældende og afskrække unge fra at følge med i nyhedsstrømmen. Strömbäck (2004) pointerer netop udfordringen i, at journalistikken i samfundsdemokratiet bringer en overvægt af negative nyheder (Strömbäck, 2004, s. 97). Han mener, at journalistikken bør modarbejde en fiksering på at bringe negative nyheder, fordi det giver borgerne et falsk billede af virkeligheden, hvis der er en overvægt af negative nyheder frem for positive, hvilket vores respondenter også italesætter (Strömbäck, 2004, s. 97). Dette italesætter K5 også:

K5: Jeg slapper mere af, når jeg læser om reality for eksempel, men jeg ved, at det nok er vigtigst for mig at følge med på eksempelvis DR. Jeg synes bare tit, der er meget død og ødelæggelse rundt om i verden, og så er der mange nyheder, som jeg ikke forstår så godt, som nyheder om politik, økonomi og sådan. Derfor vil jeg helst læse om reality eller mordsager og kriminalitet, det synes jeg er vildt spændende (Bilag 05, l. 115-120).

Det er interessant at bemærke, at respondent K5 er klar over vigtigheden af at følge med i nyhederne fra public service-kilder som DR, men til stadighed foretrækker at læse om reality eller mordsager og kriminalitet. Dette tyder på, at selvom unge er bevidste om vigtigheden af

at følge med i nyhederne, kan de stadigvæk vælge at søge mod mere underholdende eller lettilgængelige kilder, fordi de finder dem mere interessante eller afslappende. M3 beskriver endvidere, hvorfor han er blevet træt af public service-medier så som DR og TV 2:

M3: Jeg føler nogle gange, at de store mastodonter som DR og TV 2, de ikke er så agile. De prøver... De arbejder på deres måde, som de altid har arbejdet på, og der synes jeg nogle af de nyere medier er bedre til, og jeg synes også der er sådan en kedelig tendens til, at man altid skal snakke om det dårlige og negative, at det altid skal være det dårlige, dårlige ting, dårlige nyheder. Og det er jeg blevet lidt træt af ved de traditionelle medier, derfor kan jeg godt lide nogle af de medier, der prøver at ramme det positive (Bilag 03, l. 238-245).

Denne udtalelse fra M3 viser, at der muligvis er en opfattelse blandt unge om, at de traditionelle public service-medier som DR og TV 2 ikke er så fleksible og innovative i forhold til de nyere medier. Samtidig nævner M3, som K4 og M6, at han er træt af den negative og dårlige tone i de traditionelle medier og foretrækker medier, der fokuserer på det positive. Siden folk i høj grad baserer deres meninger på mediernes billeder af virkeligheden, vil det naturligvis have konsekvenser for, hvordan folk opfatter virkeligheden. Det kan medføre, at folk ikke synes, det er værd at engagere sig, for problemer eksisterer altid, og man får sjældent at vide, om problemet er blevet løst (Strömbäck, 2004, s. 97). Dette kan indikere, at unge søger mod nyere medier, der kan tilbyde en mere varieret og positiv tilgang til nyheder og information. Samtidig kan det også være en indikation af, at de traditionelle public service-medier ikke altid formår at tiltrække den unge målgruppe, fordi de ikke i tilstrækkelig grad tager hensyn til unges ønsker og præferencer i forhold til nyhedsdækning. Dette kan betyde, at unge i stigende grad vil søge mod andre kilder til information og nyheder, som bedre passer til deres interesser og behov, hvilket vi vil beskrive yderligere i diskussionen.

Vi bliver især klogere på de unges interesser og behov gennem vores videomateriale, hvor det viser sig, at der ikke optræder nogle traditionelle medier. Her ligger fokus i høj grad på sociale medier og underholdning synes at være en dominerende faktor for de unges mediebrug. Igen er dette et resultat af den digitale tidsalder og medialiseringen, hvor de unge kan tilgå mange medier gennem deres mobiltelefoner, og det tydeliggøres ud fra videomaterialet, at de unge især vægter højt at følge med i hinandens og kendte ansigters liv, fremfor at holde sig opdateret om samfundsrelevante nyheder. Ligeledes ser vi gennem videomaterialet, at det,

alle respondenterne bliver eksponeret for på de sociale medier, er underholdningsopslag, personlige opdateringer, reklamer og annoncer, og generelt opslag, som er inden for deres egne interessefelter. Eksempelvis bliver M6 eksponeret for en del fodboldopslag på Instagram (Bilag 14: Video 6, l. 21-24), hvilket vi antager må være indenfor hans interessefelt, eftersom algoritmerne skræddersyer vores nyhedsfeed, hvilket vi vil uddybe nedenfor.

10.4.7 Algoritmer

I "Engaging the nexus of practice" blev det påpeget, at der kan være demokratiske udfordringer forbundet med at bruge sociale medier som kilde til nyheder. En af bekymringerne skyldes brugen af filterbobler og algoritmer på disse platforme, som kan gøre informationsstrømmen uigennemsigtig for brugerne og begrænse valgfriheden (Bozdog & Hoven 2015, s. 251). Det betyder, at brugerne ikke kan være sikre på, hvorfor de bliver præsenteret for de specifikke nyheder.

Vi var med baggrund i dette interesserede i at få undersøgt, hvorvidt vores respondenter er bekendte med denne faktor, hvordan det afspejler sig i deres vaner samt hvordan de forholder sig til denne bias. Med baggrund af deres svar vil vi se nærmere på, hvilke konsekvenser algoritmer har for deres nyhedskonsumering samt vores samfund, hvilket vi vil uddybe yderligere i diskussionen.

Ud fra vores indsamlede data, er det tydeligt, at der er forskellige perspektiver på algoritmer på sociale medier blandt vores respondenter. K1 svarer i første omgang, at vedkommende ikke forholder sig til emnet og ikke ser det selv på sociale medier (Bilag 01, l. 293-294). Dette kan tolkes som, at K1 enten ikke er bekendt med emnet eller ikke har nogen holdning til det. Herefter udtrykker K1, at vedkommende generelt kigger meget bredt på sociale medier, og at interessen spænder fra træning til dyr til influencers (Bilag 01, l. 315-319). K1 siger også, at hun tror, at det brede spektrum af interesser betyder, at hun ikke decideret har bemærket, om sociale medier går i en bestemt retning i forhold til algoritmer. Det kan muligvis betyde, at hun ikke er meget bekendt med algoritmer på sociale medier, men at vedkommende generelt er meget interesseret i forskellige emner på sociale medier og kigger bredt på dem. På den anden side er K4 opmærksom på, at algoritmer kan begrænse, at hun bliver eksponeret for nyheder:

K4: Jamen, jeg tænker nogle gange, om jeg overhovedet bliver eksponeret for nok nyheder, fordi min algoritme ikke er sådan fyldt med nyheder. Så jeg skal aktivt søge efter nyheder, hvis jeg vil se dem. Så lige nu kommer jeg faktisk til at tænke over, at sociale medier kun er underholdning for mig, fordi jeg gider ikke læse

nyheder, hvis jeg sidder på fx Instagram. Så det er lidt dobbelt, hvis det giver mening (Bilag 04, l. 109-114).

K4 reflekterer over sin brug af sociale medier og erkender, at hendes algoritme kan begrænse hendes eksponering for nyheder. Hun indser, at hun aktivt skal søge efter nyheder, hvis hun vil se dem, og at hendes sociale medier primært bruges til underholdning. Her ses et tydeligt eksempel på, hvordan en filterboble opstår, og at respondentens newsfeed bliver skræddersyet gennem algoritmer, ud fra det hun i forvejen interesserer sig for og synes om (Lauridsen & Olesen 2018, s. 146-147). Tillige tyder dette på, at K4 er opmærksom på, at hendes brug af sociale medier kan have en negativ indvirkning på hendes eksponering for nyheder og information, og at algoritmer spiller en rolle i dette. K4's refleksion viser en øget bevidsthed om betydningen af en mangfoldig mediedækning og behovet for at være proaktiv i at søge information og nyheder uden for sit algoritmebaserede feed. I og med at K4 viser sin bevidsthed heromkring, kan der argumenteres for, at hun ikke bliver udsat for at blive placeret i et ekkokammer, da hun er bevidst om, at hun mangler perspektiver fra det eksponerede indhold på sit newsfeed. Dette er i modsætning til K1, som ikke på samme måde virker bevidst om algoritmerne, og at hun muligvis befinder sig i en filterboble. Dette kan lede til, at hun kan havne i et ekkokammer, hvor hun danner sine meninger ud fra det, hun bliver eksponeret for, og altså i mindre grad møder nye perspektiver, som potentielt kan udvide og nuancere hendes egne tanker (Lauridsen & Olesen 2018, s. 147). Et andet eksempel på en respondent, som vi mener er havnet i et ekkokammer, er M8, som forklarer, at han især bliver påvirket af information på sociale medier under folketingsvalget:

M8: Sociale medier påvirker mig især under valg. Her bruger mange partier og politikere især sociale medier til at trække flere stemmer til sig, og jeg må sige, at de gør det godt, for når man ikke er helt sikker på alle de forskellige mærkesager og holdninger, så er det nemt for især mig at blive påvirket af det de skriver og siger på sociale medier (Bilag 08, l. 127-131).

Som det tydeliggøres i citatet ovenfor, bliver M8 nemt influeret af politikere under valget, og erkender, at han gennem politikernes opslag på sociale medier, bliver påvirket og danner meninger derudfra. Dette kan dermed indikere, at M8 i forvejen befinder sig i et ekkokammer, hvor han primært bliver eksponeret for information, og de politikere, der allerede bekræfter hans egne holdninger og synspunkter, hvilket kan resultere i en snæver forståelse af politiske

spørgsmål og manglende evne til at forstå og acceptere andres synspunkter. Et andet eksempel er M3, der har mere positiv tilgang til algoritmer:

M3: Ja, jamen ja, jeg synes jo tit, at hvis man snakker om noget, ligesom vi gør her, så popper det op i ens feed en time efter eller dagen efter. Det synes jeg er sådan en lidt spændende måde at arbejde på. Og så synes jeg faktisk det er rart, der er algoritmer, så det man leder efter, at det bliver banket i hovedet på en, hvis det giver mening? Man ikke får noget, der slet ikke giver mening (Bilag 03, l. 171-176).

I citatet beskriver M3, at han ser algoritmerne som en hjælp til at undgå at modtage indhold, der ikke giver mening eller interesse for ham. M3's udsagn viser, at han har tillid til, at algoritmerne er effektive og kan hjælpe ham med at finde relevant indhold. Samtidig antyder hans udtalelse også, at han har en vis forståelse for, hvordan algoritmerne fungerer, og at han er opmærksom på, hvordan de påvirker det indhold, han ser på sociale medier. K2 føler sig derimod overvåget, når hun oplever, at indhold, hende og hendes venner har snakket om, dukker op som reklamer på hendes sociale medier, hvilket hun beskriver således: "Ja, vi havde kun snakket om det, jeg havde ikke søgt på det. Det synes jeg virkelig er klamt. Jeg føler nærmest man bliver overvåget" (Bilag 02, l. 313-314). K2 udtrykker en ubehagelig følelse over ideen om, at hendes handlinger på sociale medier bliver overvåget, og at hendes personlige oplysninger bliver brugt af algoritmerne til at målrette annoncer mod hende. Udsagnet kan relateres til en større debat omkring privatlivets fred og overvågning på sociale medier og indikerer, at K1 ikke er komfortabel med ideen om at hendes adfærd på sociale medier bliver overvåget og brugt til kommercielle formål. Derudover bemærker hun, at indhold, hun ser eller søger efter på deres telefon, påvirker hendes indhold mere end på hendes computer (Bilag 02, l. 317-323). M6 erkender, at algoritmer påvirker hans adfærd på sociale medier, men det fremgår ikke, om de har en positiv eller negativ holdning til det. Han beskriver, at "En algoritme er en matematisk formel, der kan sortere og prioritere indhold, der er baseret på min adfærd og det, jeg for eksempel har liket" (Bilag 06, l. 75-77).

M6 beskriver, at han er opmærksom på, hvordan algoritmer påvirker hans adfærd og det indhold, han bliver eksponeret for på sociale medier. Han erkender, at algoritmerne kan sortere og prioritere indhold baseret på hans adfærd og interesser. Dette illustreres ved, at han bemærker, at der kommer mange videoer om USA frem i hans feed, og påpeger, at han ikke er særlig

opdateret på Danmark. Han beskriver, at algoritmen virkelig har fanget, hvad han kan lide på TikTok, og det er skræmmende for ham (Bilag 06, l. 81-84).

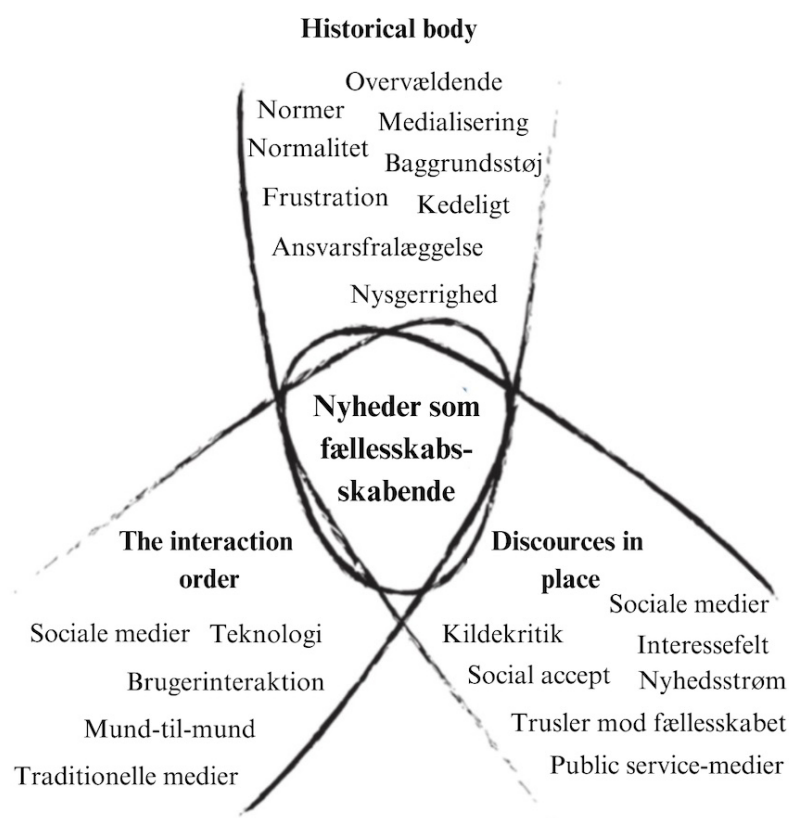
M6's holdning til algoritmer på sociale medier er ikke klart defineret, da han ikke udtrykker en specifik positiv eller negativ holdning. Men hans beskrivelse af, hvordan algoritmerne skræddersyr indholdet til hans interesser og adfærd, tyder på, at han har accepteret denne måde at filtrere indholdet på. Samtidig virker han også bekymret over, hvor præcist algoritmerne kan forudsige hans præferencer og adfærd på sociale medier. Både K7 og M8 erkender, at algoritmer påvirker deres oplevelse af sociale medier, selvom de har forskellige holdninger til det. K7 forklarer, at hendes feed tilpasses efter hendes adfærd og søgninger (Bilag 07, l. 71-73), mens M8 beskriver, hvordan hans feed fyldes med videoer inden for samme kategori efter en søgning på TikTok (Bilag 08, l. 101-102). Begge beskriver det som en konsekvens af algoritmerne, der skræddersyer indholdet til deres interesser og adfærd. M8 ser det positivt, at han får mere indhold inden for det, han har vist interesse for, men erkender, at det også betyder, at han ikke bliver præsenteret for så meget andet (Bilag 08, l. 104-107). På den anden side har K7 ikke givet udtryk for, om hun ser det som positivt eller negativt, men fortæller at hun ved, at hendes feed tilpasses efter algoritmen (Bilag 07, l. 77-79). K2 beskriver her både positive og negative aspekter ved algoritmerne på sociale medier:

K2: Både og, fordi det er jo positivt, for så kommer der jo det op som jeg interesserer mig for, så jeg hygger mig jo med det, for det er noget jeg interesserer mig for, men det er også negativt, for så ser jeg ikke en anden holdning om noget, eller den anden side af historien, hvis det er en nyhed for eksempel, øhm så der er jo altid sån' to punkter af noget, kan man sige (Bilag 02, l. 339-344).

På den ene side synes K2, at algoritmerne er positive, fordi de giver brugerne mulighed for at se mere af det indhold, de er interesseret i, og dermed kan brugerne hygge sig med det, de ser. På den anden side kan algoritmerne også have negative konsekvenser, da de kan føre til, at brugerne ikke får præsenteret andre holdninger eller den anden side af en historie, som kan være vigtig at kende til. K2 påpeger, at der altid er mindst to sider af en sag, og algoritmerne kan medføre, at brugerne kun ser den ene side. Dette viser, at selvom algoritmerne kan give brugerne mere relevant indhold, så kan de også have negative konsekvenser, hvis de ikke giver en alsidig og nuanceret eksponering for forskellige synspunkter.

10.5 Opsamling: Etableringen af et fællesskab

Som afslutning på analysen har vi valgt at inddrage Scollon og Scollons diskurscyklus for at illustrere, hvordan “Nyheder som fællesskabsskabende” foregår i relation til nyhedskonsumering som medierende middel. Vi vil i dette afsnit opsamle nogle af de væsentligste analytiske pointer og diskurser, der går på tværs af de enkeltstående sites of engagement med henblik på at opnå en forståelse for NoP i relation til dannelsen af et fællesskab, hvor nyheder er omdrejningspunktet.



Figur 07: Illustration af diskurscyklus: “Nyheder som fællesskabsskabende”.

I figuren har vi illustreret, hvordan det globale tema, “Nyheder som fællesskabsskabende”, bliver skabt i krydsfeltet mellem de tilstedeværende diskurser, interaktionsordenen og historical body, der cirkulerer gennem og skaber den centrale sociale handling. Vi vil nu opsummere hovedpointerne og analytiske fund fra analysen.

10.5.1 Historical body

I kraft af aktørernes historical body, har vi identificeret to perspektiver, hvorpå vores respondenter forstår nyheder: Et samfundsmæssigt perspektiv og et individuelt perspektiv. Det samfundsmæssige perspektiv fokuserer på, at respondenter bruger nyheder for at blive informeret om samfundets tilstand og begivenheder, mens det individuelle perspektiv fokuserer på nyheder, der er personlige og relevante for dem som privat person. Ydermere har vi undersøgt respondenternes tidlige erfaringer om nyheder, hvordan de er blevet introduceret for disse samt ladet dem berette om deres første erindringer i forhold til nyheder. Her fandt vi, at nogle af respondenterne er opdraget med vigtigheden om at følge med i nyhederne, som norm, og andre har oplevet nyheder som en del af deres daglige rutiner i hjemmet som en normalitet, der har fungeret som et fællesskabsskabende element. Derudover blev det tydeliggjort, hvordan nyheder i nogle familier blev diskuteret, hvor de i andre familier blev passivt konsumeret og udgjorde baggrundsstøj. Vi har dertil set, hvordan mange af respondenterne husker specifikke nyhedsemner fra deres barndom, hvor især naturkatastrofer og store ulykker sidder tydeligt fast i deres erindring, hvor de beskriver, at de har følt sig triste og bange. Derudover er det også blevet italesat, at de som børn havde svært ved at forstå nyhederne, hvorfor de blev betragtet som kedelige og noget, der er forbeholdt de voksne. Andre respondenter beskriver, at dette derimod skabte en nysgerrig og fascination af nyheder som børn. Disse følelser har på sigt ændret sig hos nogle af respondenterne i takt med, at de er blevet ældre og fået mere livserfaring. Her viser vores data, at respondenterne har udviklet en større forståelse og en mere nuanceret tilgang til nyhederne, men at nyheder ligeledes kan vække forskellige følelser som usikkerhed, tristhed, overvældelse og glæde som voksne.

Derudover har vi set, at medialiseringen ligeledes spiller en væsentlig rolle i dagens samfund og ikke mindst i forhold til måden, hvorpå vores respondenter forstår, tilgår og konsumerer nyheder. I kraft af respondenternes historical body har de været vant til at tilgå medierede handlinger fra barnsben, hvilket har resulteret i, at de er indlært, hvordan man tilgår mobiltelefoner og medier. Hertil bruges sociale medier og digitale platforme primært til at tilgå nyheder, mens mere traditionelle medier som trykte aviser synes mindre relevante for denne generation. Dette taget i betragtning af, at mange af respondenterne er opvokset med trykte aviser i hjemmet og har forældre, som stadig læser dem i dag. Her blev det også tydeligt, hvordan deres nyhedsvaner adskilles fra deres forældres, hvilket vi også antager skyldes tiden og medialiseringen.

10.5.2 Interaktionsorden

I analysen af interaktionsordenen så vi nærmere på, hvor og hvordan vores respondenter konsumerer nyheder og hvilke interaktionsordner, der kommer til udtryk i deres medierede handlinger. Vores analyse viser, at vores respondenter har adgang til mange forskellige kilder, hvilket giver dem mange tilgange og muligheder for at holde sig opdateret på nyheder. Vi har både lokaliseret interaktionsordener som de sociale medier, de mere traditionelle medier samt deres sociale netværk, såsom venner og forældre, der giver dem information om nyheder og cirkulerer gennem det globale tema "Nyheder som fællesskabsskabende". Selvom traditionelle medier som TV-avisen stadig spiller en rolle i nogle unges nyhedsvaner, foretrækker de sociale medier som primær kilde til nyheder. Derudover bliver forældre også nævnt som den primære nyhedskilde for få af respondenterne. Få af respondenterne bruger også internettet som en kilde til at få nyheder via direkte søgning. På baggrund af vores interviews og videoobservationer har vi således set eksempler på en række forskellige interaktionsordener, der kan siges at være med til at konstituere, at nyheder er fællesskabsskabende.

Disse mange muligheder, valg af forskellige kilder og forskellige tilgange til nyhedsforbrug medvirker til at skabe et dynamisk billede i forhold til respondenternes nyhedsvaner. Samlet set viser analysen af vores respondenter, at deres nyhedsvaner kan variere afhængigt af, hvilken interaktionsorden de er en del af, og hvilke aktører der er involveret i formidlingen af nyhederne. Dette er således en kompleks proces, men det er ikke nødvendigvis en udfordring i sig selv, men vi finder, at det dog kan være udfordrende for respondenterne at navigere mellem de forskellige interaktionsordener og sikre sig, at de modtager korrekte og præcise nyheder. Den store mængde af tilgængelige nyhedskilder og forskellige medietyper kan både være berigende og udfordrende for respondenterne, da de skal være i stand til at vurdere og filtrere informationen for at opnå en dybdegående forståelse af nyhederne. Derudover spiller algoritmerne også en rolle i forhold til, hvilken nyhedskilder de primært bliver eksponeret for.

Vores undersøgelse viser, at mobiltelefonen og sociale medier spiller en central rolle i respondenternes nyhedsvaner, og der er en gensidig påvirkning mellem unges adfærd på digitale platforme og deres nyhedsvaner. Disse teknologier fungerer som medierende redskaber, der muliggør interaktion med nyheder og information. Dette indikerer en diversitet i respondenternes valg af nyhedskilder og interessefelter, og at deres medieadfærd er mere varieret end tidligere generationer.

Når vores respondenter konsumerer nyheder på sociale medier, kan der være forskellige interaktionsmønstre involveret. En af disse interaktionsordner er, at de konsumerer nyheder på

brugerinteraktive platforme som Facebook gennem deling, likes og kommentarer. Ifølge vores data bliver nyhederne lettilgængelige på disse platforme, fordi respondenterne automatisk bliver eksponeret for nyheder, mens de befinder sig på disse. Denne form for brugerinteraktion medvirker til, at nyhederne bliver mere interaktive og dermed får en større betydning for respondenterne. Derudover kan disse onlinefunktioner, der samtidig kan betegnes som medierende midler, siges at være medvirkende til at konstituere et fællesskab omkring nyhedskonsumering.

I vores data observerer vi ikke, at vores respondenter interagerer aktivt med andre brugere, og at de fleste italesætter, at de blot registrerer, at nyhederne er tilgængelige uden at deltage interaktivt gennem kommentarer, likes eller delinger. Dermed kan det siges, at deres primære interaktion sker med selve nyhedsindholdet, hvor de opnår viden og danner deres egne holdninger baseret på det læste. Denne individuelle interaktion kan således være mere introspektiv.

Når vores respondenter får nyheder fra traditionelle medier, sker det i en anden interaktionsorden. Her er der en mere formel tone, og nyhederne er formidlet af professionelle journalister. I denne situation er der en højere grad af krav til faglighed og præcision. Dog finder vi, at ingen af vores respondenter benytter de traditionelle medier som deres primære kilde til nyheder. Det er primært noget, de bliver præsenteret for i andre sociale sammenhænge på en mere passiv måde, fordi deres forældre benytter disse typer nyhedskilder.

Derudover viser analysen også, at nyhedsforbrug er en social praksis, hvor respondenterne inddrager deres sociale netværk som en kilde til nyheder. Dette foregår gennem direkte interaktion med venner og familie. Vi finder, at interaktionen med disse sociale aktører kan påvirke respondenternes opfattelse og forståelse af nyhederne og bidrage til dannelsen af fællesskaber omkring nyhedsforbrug. Når nyhederne bliver formidlet i mere personlige interaktionsordener, såsom fra venner og familie, finder vi, at der kan være større fokus på personlige holdninger og erfaringer, som kan have betydning for, hvordan nyhederne opfattes og diskuteres blandt respondenterne. Det er derfor værd at bemærke, at tillid til relationer også kan spille en afgørende rolle for, hvordan nyheder bliver formidlet og modtaget i forskellige interaktionsordener, og at der er forskel på, hvordan respondenterne opfører sig alt efter, hvilke sociale sammenhænge de indgår i. Vi finder, at respondenterne i højere grad har tillid til forældre frem for deres venner, hvorfor vores respondenter reagerer forskelligt alt efter, hvilken interaktionsorden de er en del af.

Derudover kan nyheder også have en fællesskabsskabende effekt, idet de kan danne grundlag for diskussioner og samtaler, både på baggrund af formelle og uformelle interaktionsordener. Vi finder, at nyheder dermed kan fungere som en slags socialt bindeled, der skaber forbindelser og samhørighed mellem vores respondenter og deres omgivelser.

Samlet set viser analysen af de forskellige interaktionsordener, at nyhedsforbrug er en kompleks og dynamisk proces, hvor respondenterne interagerer med forskellige kilder og aktører.

10.5.3 Stedets diskurser

Først og fremmest viser vores analyse, at der er en diversitet i måden, hvorpå vores respondenter konsumerer nyhedsindhold og danner meninger, hvorfor vi har lokaliseret, at der er flere forskellige diskurser i spil. Vi har set, hvordan forskellige platforme på sociale medier fungerer som midler til etableringen af et fællesskab, hvor nyheder er omdrejningspunktet, da de er med til at tilbyde et rum til skabelsen af nye diskurser inden for feltet.

Vi finder, at nogle af respondenterne ikke føler behov for at være de første til at få store nyheder, da de mener, at vigtige nyheder vil nå dem på en eller anden måde. Derudover viser vores analyse, at nogle af respondenterne prioriterer sociale interaktioner og følelsen af at være en del af den sociale samtale over selve nyheden, der bliver talt om. Dette tyder på, at der kan være en vis social stigmatisering og socialt tabu forbundet med ikke at være opdateret om aktuelle nyheder.

I forhold til respondenternes opfattelse af egne nyhedsvaner viser vores analyse, at mange af dem ikke føler sig opdaterede og er afhængige af at få nyheder fra venner og bekendte i stedet for selv at opsøge nyheder aktivt gennem traditionelle medier som eksempelvis TV og public service-kilder. Sociale medier spiller en betydelig rolle i respondenternes nyhedsvaner, men ikke nødvendigvis på en konstruktiv måde. Vi finder, at alle vores respondenter primært bruger sociale medier som underholdning og ikke som en kilde til aktivt at følge med i nyhederne. Vi har ligeledes observeret, at vores respondenter sorterer nyheder efter personlig interesse, og hvis nyhederne ikke er relevante eller interessante for deres livsstil, bliver de ikke prioriteret. Derudover viser det sig, at de unge sjældent læser nyheder til ende, medmindre emnet fanger deres interesse. I vores analyse udleder vi også, at vores respondenter foretrækker letforståelige nyheder og indhold samt populære emner som reality-TV og influencers, fordi samfundsrelaterede nyheder kan være svære at forstå og kræve tid til at sætte sig ind i. Influencere er ligeledes blevet en integreret del af respondenternes sociale medievaner, og de eksponeres regelmæssigt for indhold fra influencere, både som de følger eller ikke følger direkte.

Derudover har vi gennem vores videomateriale observeret, at vores respondenter scroller hurtigt gennem deres telefoner og skimmer nyhedstekster for at få en idé om indholdet.

Derudover udtrykker vores respondenter en bekymring om clickbait og sensationelle overskrifter på sociale medier. Respondenterne er bevidste om dette fænomen og udtrykker frustration over at føle sig skuffede efter at have læst artikler, der ikke lever op til overskrifterne. Tillige udtrykker vores respondenter en følelse af overvældethed og usikkerhed på grund af den store mængde information og nyheder tilgængelige på sociale medier og online-platforme. De beskriver, at de finder det svært at skelne mellem sande og falske nyheder og føler, at nyhederne ofte fokuserer på negative begivenheder.

Analysen indikerer også en opfattelse blandt unge om, at traditionelle medier som public service-medier ikke er så fleksible og innovative som de nyere medier. Nogle af respondenterne tiltrækkes i stigende grad af medier, der tilbyder en mere varieret og positiv tilgang til nyheder og information, der passer til deres interesser og behov. Respondenterne er opmærksomme på, at algoritmer på sociale medier kan begrænse deres eksponering for nyheder og skabe en filterboble, hvor de kun ser indhold, der bekræfter deres eksisterende interesser og holdninger. Nogle respondenter er bevidste om behovet for at søge information og nyheder uden for algoritmebaserede feeds for at undgå at blive fanget i et ekkokammer, hvor der kun eksponeres for ens egne perspektiver, mens andre ikke er.

Der er også nogle af vores respondenter, der ser positivt på algoritmerne og deres funktion på sociale medier. De mener, at algoritmerne gør det lettere for dem at finde relevant indhold og undgå indhold, der ikke giver mening for dem. Disse respondenter har tillid til, at algoritmerne er effektive og kan hjælpe dem med at finde det, de søger. Der er dog også respondenter, der føler sig overvåget og ubehagelige ved tanken om, at deres handlinger på sociale medier bliver overvåget og brugt til kommercielle formål. Dette rejser spørgsmål om privatlivets fred og overvågning på sociale medier.

Samlet set viser analysen, at det kan være udfordrende at blive eksponeret for nyheder let og enkelt på grund af faktorer som algoritmer og sociale medier. Disse elementer kræver stor opmærksomhed og blander det private og det offentlige, hvilket kan gøre det svært at navigere i nyhedslandskabet for vores respondenter.

11.0 Changing the Nexus of practice

Afslutningsvis bevæger vi os nu ind i sidste og tredje del af neksusanalysen, hvori formålet er at analysere forandring inden for det NoP, som vi har søgt at opnå en indsigt gennem specialet (Scollon & Scollon, 2004, s. 178). Denne afsluttende fase indeholder således vores bidrag til forandring og fungerer endvidere som en diskussion af vores analyse.

Selvom dette speciale muligvis ikke skaber en direkte forandring i NoP, kan det stadig siges, at vi som forskere har været med til at facilitere den forandringsproces, der finder sted hos vores respondenter. Vi vil gennem diskussionen løbende udfolde vores respondenteres refleksioner.

11.1 Et paradoks mellem idealer og praksis

Som vi beskrev i afsnittet “Nyhedsvaner” giver flere af vores respondenter udtryk for, at de ikke er tilfredse med deres egen nyhedspraksis og nogle ønsker at ændre dette.

Vores respondenter holdninger til vigtigheden af at følge nyheder kan tolkes som en refleksion af, at deres demokratiske opfattelse er i overensstemmelse med de normer, Strömbäck opstiller for samtale- og deltagerdemokratiet, hvor borgerne netop anses for at have ansvaret for at holde sig opdaterede og informerede om samfundsforhold. Det er imidlertid interessant at bemærke, at de idealer, de giver udtryk for, ikke altid afspejles i deres egen praksis. Dette paradoks mellem idealer og praksis kan ses i lyset af Strömbäcks teoretiske perspektiv som enten et tegn på, at medierne og journalistikken fejler med hensyn til at levere den type journalistik, de unge borgere ønsker, eller som et tegn på, at de unge borgere ikke lever op til det ansvar, de er bevidste om, når det kommer til at holde sig orienterede om samfundsforhold. Det kan derfor tolkes, sat lidt på spidsen, som et udtryk for, at vores respondenter er idealistiske, men samtidig kan være uengagerede eller uinteresserede. Hvis sidstnævnte er tilfældet, vil vi således mene, at vores respondenter afviger fra Strömbäcks tanker om medborgerskab. Med det sagt kan vores observationer på den anden side være et bevis på, at Strömbäcks idealtyper muligvis er forældede, og der dermed skal forskes i nye idealtyper, der medtager faktorer som alder, den digitale tidsalder og mediernes potentielle bias.

I forhold til vores undersøgelse er det i denne sammenhæng relevant at undersøge, enten hvordan man kan optimere respondenternes nyhedsvaner, så de bliver mere motiverede til at engagere sig i samfundsrelaterede nyheder frem for primært at fokusere på underholdende og interesseprægede nyheder, eller hvordan en mere nutidig idealtipe kunne se ud i form af mulige samfundsmæssige tiltag.

En mulig tilgang til at løse paradokset mellem idealer og praksis er at se på, hvordan medierne og journalistikken kan imødekomme de unges behov og præferencer. Hvis de unge borgere ikke finder den type journalistik, de ønsker, kan det være nødvendigt for medierne at tilpasse sig og levere indhold, der er mere relevant og interessant for denne målgruppe. Vi ved, at vores respondenter får lyst til at fordybe sig i nyheder, der enten handler om noget, de kan relatere til eller har en interesse for. Når respondenterne viser interesse for nyheder, der relaterer sig til deres egne liv eller interesser, indikerer det, at der er et potentiale for at få dem til at fordybe sig i nyhedsindhold. Ved at identificere de emner og områder, som de unge er interesseret i, formoder vi, at medierne kan udvikle indhold, der appellerer til dem. Dette kan muligvis skabe en større tiltrækning og incitament for de unge til at fordybe sig i nyhederne og følge med i den aktuelle dagsorden.

Derudover har vi lokaliseret en diskurs blandt vores respondenter om, at nyheder kan være svære at forstå, hvilket er endnu en grund til, at vi erfarer, at de samfundsrelaterede nyheder bliver fravalgt (jf. "Selektion"). Dette reflekterer K7 over, da vi spørger hende, hvad hun tror, nyhedsmedier skal gøre for at kunne tiltrække de unge: "Hmm, måske ved at skrive noget, der har relevans for dem eller skrive i et sprog, som ikke er for udfordrende med mange svære og fremmede ord" (Bilag 07, l. 133-134). Det samme gør K5, der udtaler følgende: "Jeg tror udelukkende, det handler om, at nyhederne for os som unge skal være interessante og falde ind i vores interessefelt. Ellers tror jeg, vi er mange, som ikke har lyst til at læse det" (Bilag 05, l. 129-131).

Dette indikerer, at potentialet for at tiltrække unge kunne ligge i at skabe en bro mellem deres interesser og nyhedsindholdet. Ved at formidle nyheder på en lettilgængelig, letforståelig og relevant måde, der er relateret til unges liv og interesser, kan det muligvis øge deres engagement og motivere dem til at fordybe sig yderligere i emnet. Man kan således argumentere for, at der er behov for en balance, hvor nyheder leveres med høj kvalitet samtidig med, at de appellerer til unges interesser og livsverden, hvilket M8 også beskriver:

M8: Man kan ikke vinde alles interesse, tror jeg ikke, men man kan begå sig de steder, hvor de unge er, vinde deres tillid ved at forklare nyhederne i et sprog, der er til at forstå, og måske sætte det i perspektiv til det, unge forstår og går op i (Bilag 08, l. 152-153).

Som M8 italesætter, er det formentligt ikke er muligt at ramme alles interesse, men ved at tilpasse nyhedsformidlingen til unges præferencer og behov, kan medierne muligvis øge deres

chancer for at engagere de unge og opbygge tillid. Dette kræver en bevidsthed om unges perspektiver, interesser og kommunikationsstile samtidig med, at nyhederne bevares i en troværdig og relevant ramme. Der findes ikke et entydigt svar på, hvordan vi tackler paradokset mellem idealer og praksis i forhold til medier og nyheder. Det er en kompleks udfordring, der involverer flere faktorer, som dette speciale blot bidrager til at bekræfte.

11.2 En diskurs om negativitet

Derudover er der en udbredt diskurs i vores datasæt, der hævder, at nyheder generelt er præget af negativitet, hvilket vi også har belyst i afsnittet "Den digitale tidsalder".

Denne opfattelse deles ikke kun af vores respondenter, men også af Reuters Institute for the Study of Journalism, som rapporterer, at unge især har en tendens til at fravælge nyheder, og at næsten en tredjedel af de unge danskere undgår at følge med i nyheder i visse perioder (Newman, 2022). Dertil pointerer Strömbäck (2004) ligeledes, at journalistikken står overfor en udfordring i forhold til at bringe en overvægt af negative nyheder i samtaledemokratiet (s. 97). Han mener, at journalistikken bør modarbejde en fiksering på at bringe negative nyheder, fordi det giver borgerne et falsk billede af virkeligheden, hvis der er en overvægt af negative nyheder frem for positive, hvilket vores respondenter også italesætter (Strömbäck, 2004, s. 97). I en artikel fra DR beskriver Mads Brandstrup, der er direktør for brancheorganisationen Danske Medier, at udviklingen om, at unge fravælger nyheder i stigende grad, bekymrer ham:

Vi er nødt til – selvom vi ikke bryder os om det – at være en del af den samme demokratiske samtale. Det kræver jo, at der er et nyhedstilbud, som folk føler, at de kan se sig selv i. Derfor er vi som publicistiske medier nødt til at tage denne her udvikling alvorlig (Nielsen, 2023).

På den anden side mener Dennis Christensen fra DR Medieforskning, at det endnu ikke nødvendigvis skal opfattes som et demokratisk problem. Han ser det snarere som "krusninger på overfladen" forårsaget af en periode med en mere grum nyhedsdækning end sædvanligt. Han erkender dog, at det potentielt kan udvikle sig til et demokratisk problem i fremtiden (Nielsen, 2023).

Så selvom der er en vis uenighed mellem Brandstrup og Christensen, kan det konkluderes, at begge anerkender behovet for at adressere den aktuelle udvikling og sikre et nyhedstil-

bud, der er relevant og appellerende for publikum for at opretholde en sund demokratisk samtale. Spørgsmålet er, hvad medierne kan gøre ved det? Brandstrup mener, at medierne bør gentænke valget af kilder og repræsentanter for historier. Han påpeger, at mange mennesker fravælger medier, fordi de ikke kan relatere til dem. Det kan skyldes, at de præsenterede personer og emner er for langt væk fra læsernes virkelighed. Han mener, at medierne bør inkludere flere stemmer og perspektiver, der afspejler læsernes hverdag, for at tiltrække og fastholde deres interesse. Brandstrup påpeger også vigtigheden af at variere nyhedsmixet og eksperimentere med forskellige måder at fortælle historier på (Nielsen, 2023).

Christensen mener, at medierne bør arbejde anderledes og mere konstruktivt med nyhederne. Han påpeger, at nogle gange kan nyheder virke trøstesløse, og derfor er det vigtigt at fokusere på løsninger og perspektiver (Nielsen, 2023). Han siger, at medierne bør se ud over det triste nyhedsbillede og også formidle historier, der viser, hvad der virker og bidrager til positive forandringer. Samtidig understreger Christensen, at medierne ikke kan undgå deres rolle som samfundets vagthund, og at der altid vil være behov for kritisk og negativ dækning for at opretholde mediernes kontrolfunktion (Nielsen, 2023).

Samlet set er både Brandstrup og Christensen enige om vigtigheden af at tilpasse medieindholdet og imødekomme læsernes behov og præferencer. De fremhæver betydningen af at inkludere løsningsorienterede perspektiver, variere nyhedsmixet og formidle historier på forskellige måder for at tiltrække og fastholde læserne. Samtidig erkender de begge behovet for at opretholde mediernes ansvar som samfundets vagthund og sikre en kritisk dækning af relevante emner. I forlængelse af Christensens perspektiver, synes vores respondenter at beskrive et lignende løsningsforslag:

K4: Jeg tror, at nyhedsmedier skal være mere aktive på de sociale medier, da det er her, vi unge bruger meget af vores tid. Men de skal samtidigt gøre det sjovt, så vi faktisk føler, det også er underholdende på en måde, tror jeg. Jeg synes også det er meget negativt det hele, så det kunne de måske også tænke over (Bilag 04, l. 122-126).

K4 nævner også den negative tone i nyhederne, som kan være en afskrækkende faktor for hende. Dette er en vigtig observation, og det kan være gavnligt for nyhedsmedierne at tage dette i betragtning. Ved at skabe en mere balanceret tilgang, der inkluderer positive og konstruktive historier, kan nyhedsmedier muligvis appellere mere til de unges interesse og skabe en mere positiv oplevelse af nyhedsforbrug.

Det er værd at bemærke, at K4's perspektiv er repræsentativt for flere af vores respondenter, som vi har erfaret gennem vores engagement i feltet, der søger en mere underholdende og positiv tilgang til nyhedsindhold. Ved at lytte til sådanne perspektiver og tilpasse nyhedsformidlingen i overensstemmelse hermed, kan medierne øge deres relevans og appellere til en bredere ung målgruppe. Samtidig kan der også være behov for at øge bevidstheden og ansvarsfølelsen hos de unge borgere selv. Måske er der en manglende forståelse for vigtigheden af at være informeret om samfundsforhold og deltage aktivt i demokratiske processer? Her finder vi, at der muligvis kan være et behov for at implementere nogle uddannelsesinitiativer, der fremhæver betydningen af nyhedsforbrug og opmuntrer de unge til at tage ansvar for deres egen opdatering og viden om samfundsrelaterede spørgsmål.

Endelig kan det være gavnligt at fremhæve de potentielle konsekvenser af manglende nyhedsengagement. Dette strider, som tidligere nævnt, imod de demokratiske idealer, da en vigtig forudsætning for et velfungerende demokrati er, at borgerne er informerede og engagerede i samfundsanliggender. Hvis unge ikke føler sig ansvarlige for at følge med i nyheder og deltage i samfundsdebatten, kan det netop resultere i demokratisk underskud (Strömbäck, 2004, s. 62).

Ved at tydeliggøre, hvordan mangel på opdatering og viden om samfundsforhold kan påvirke deres eget liv og demokratiet som helhed, kan man øge motivationen hos de unge til at tage del i nyhedsverdenen og engagere sig i samfundsdebatten. Her har vi muligvis været med til at facilitere den forandringsproces blandt vores respondenter ved at få dem til at reflektere over deres egne nyhedsvaner. Vi har dog ikke påpeget eksplicit, hvilke konsekvenser dette kan have for vores samfund, men dette har de løbende selv beskrevet og reflekteret sig frem til.

11.3 Hvordan kan man få unge til at fordybe sig i nyheder i en digitaliseret verden?

I vores analyse har vi lokaliseret en gennemgående diskurs om, at det kan være en udfordring at få unge til at fordybe sig i nyheder i en digitaliseret verden. Baseret på vores analyse kan vi konstatere, at der er flere faktorer, der spiller ind og påvirker unges engagement i nyhedsforbrug. En af de centrale udfordringer, som vi har identificeret, er, den overvældende mængde af information og nyheder som unge står over for på sociale medier og online-platforme. Denne store informationsstrøm kan føre til en følelse af usikkerhed og overvældethed, hvor vores respondenter beskriver, at de har svært ved at skelne mellem sande og falske nyheder samt at prioritere nyheder efter deres relevans og interesse (jf. "Overskrifter der fanger" og "Den digitale tidsalder").

Vi ser i vores data, at mange af respondenterne er enige om, at nyhedsmedier skal undgå for meget clickbait og fokusere på at levere interessant indhold, som falder i de unges interessefelt (Bilag 03, l. 260-263, Bilag 05, l. 124-127, Bilag 07, l. 129-130). Dette synes at være en afgørende faktor for at fastholde de unges opmærksomhed og tillid. Ved at levere nyheder, der er relevante og engagerende, kan nyhedsmedierne forblive en kilde til information for de unge. Vi ser her en udfordring inden for tacklingen af fake news, som også nogle af respondenterne nævner. En respondent mener, at der er alt for meget fake news i omløb, og at det ville hjælpe på unges tillid til nyheder og dermed lyst til at læse dem, hvis algoritmerne kunne bidrage til at vurdere om noget er usandt. Dette har respondenterne allerede oplevet på Instagram, hvor der kom en advarsel op om, at indholdet ikke var verificeret (Bilag 06, l. 114-119). Vi ved dog ikke, om det konkret er algoritmer, der har generet denne advarsel på Instagram, men hvis dette kunne etableres på den ene eller anden måde, mener vi, at flere unge vil have forudsætning for at tilgå nyheder, der ikke misinformerende. Slutteligt har en af respondenterne givet udtryk for, at han mener det vil hjælpe, hvis medierne breder budskabet om, at der findes fake news, og hvad man bør holde øje med som bruger (Bilag 08, l. 141-146).

Også dette kunne være et eksempel på, hvad man som nyhedsmedie kunne gøre for især at gøre unge opmærksomme på, at fake news er aktuelt. Tydelig markering af ikke-verificeret indhold og information om fake news kan muligvis være behjælpelige værktøjer til at skabe tillid og pålidelighed hos de unge, hvilket vi også anser som værende vigtigt i denne digitale tidsalder, hvor sociale medier og internettet anses for at være de primære nyhedskilder, og det dermed er nemmere at blive eksponeret for misinformation.

Spørgsmålet om regulering af fake news er komplekst og kontroversielt, og vi har flere forskellige synspunkter på, hvorvidt staten bør involvere sig i reguleringen af fake news. Man kan på den ene side argumentere for, at staten har en rolle at spille i at beskytte borgere mod vildledende og skadelig information ved at implementere lovgivning og regulering. Dette kan eksempelvis omfatte retlige mekanismer, der straffer spredning af falske oplysninger eller kræver gennemsigtighed fra medieorganisationer og platforme.

På den anden side er der bekymringer omkring ytringsfrihed og pressefrihed. Nogle frygter, at statslig regulering af fake news kan bruges som en undskyldning for at begrænse friheden til at udtrykke meninger og censurere uønskede synspunkter. Derudover er spørgsmålet om, hvordan fake news defineres og hvem der har beføjelse til at definere det, også en vigtig overvejelse.

I stedet for statslig regulering vil vi også argumentere for, at løsningen også kunne ligge i en øget medie- og informationskompetence hos borgerne. Ved at uddanne unge mennesker til

at kritisk vurdere og analysere nyheder og information, kan de formentligt bedre beskytte sig selv mod fake news og være i stand til at skelne mellem pålidelige kilder og misinformation. På trods af at alle vores respondenter er bevidste om fake news, viser analysen, at de stadig er tilbøjelige til at vælge kilder, de ikke nødvendigvis har tillid til. Dette peger på en interessant udfordring, hvor motivationen for at konsumere nyheder ikke nødvendigvis er baseret på tillid til kilden, men måske på andre faktorer som underholdning, sensation eller bekræftelse af eksisterende holdninger. Dette rejser spørgsmålet om, hvorvidt en forbedring af information om fake news alene ville være tilstrækkelig til at ændre de unges motivation for at konsumere flere nyheder af samfundsmæssig relevans. Vi ser, at det muligvis kan være nødvendigt at tage fat på flere aspekter af nyhedsindholdet og præsentationen for at øge den overordnede interesse og tillid til nyhederne, som vi nu vil uddybe.

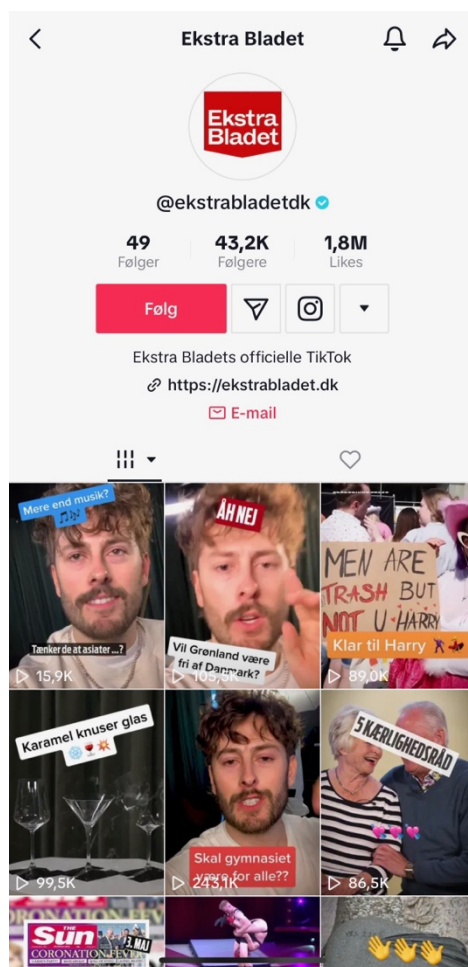
11.4 Underholdende nyhedsformater

Gennem vores datamateriale har vi observeret, at vores respondenter har en kort opmærksomhedsspændvidde og ofte skimmer indhold samt rubrikker. Vi har observeret, at vores respondenter er tilbøjelige til at klikke på sensationelle rubrikker, som afhængige medier oftest er afsender på, hvilket vores respondenter er bevidste om. Denne observation kan være et resultat af vores respondents søgen efter spænding og underholdning og siges at være en udfordring for traditionelle nyhedsmedier, der er underlagt public service-kravene. Det er en udfordring, fordi det netop kan føre til en overfladisk tilgang til information og en tendens til at stole på sensationelle overskrifter, hvilket kan føre til misforståelser eller fejlagtige opfattelser af virkeligheden.

For at imødekomme denne udfordring ser vi, at traditionelle nyhedsmedier kan eksperimentere med alternative formater og tilgange, der fanger unges opmærksomhed og tilskynder til dybere engagement. Korte nyhedsbriefs eller opsummeringer, der leverer nøgleoplysninger på en kort og præcis måde, kan være mere tilgængelige for unge med kort opmærksomhedsspændvidde. Derudover kan nyhedsmedier imødekomme dette ved at præsentere nyheder på en måde, der appellerer til unges følelser og identifikation samtidig med, at de opretholder journalistisk integritet og objektivitet. Dette ser vi, kunne gøres ved at fokusere på personlige historier, involvere unge mennesker i nyhedsfortællingen og skabe en forbindelse mellem nyhedsstoffet og unges dagligliv og interesser. Dette fortæller en af respondenterne, som mener, at det er vigtigt for nyhedsmedierne at inddrage de unge og tilbyde interaktive elementer og visuelt indhold, som appellerer til deres interesseområde (Bilag 06, l. 122-130). Dette kunne

eksempelvis indebære, at medierne tilbyder afstemninger gennem indholdet eller opfordrer brugerne til at kommentere eller 'synes godt om', som M6 beskriver (Bilag 06, l. 122-130). Hvis nyheder bliver præsenteret på en mere visuel og interaktiv måde, der appellerer til unges følelser og identifikation og eksempelvis inkluderer brugen af visuelle elementer som videoer, infografikker og interaktive funktioner, kunne dette muligvis give vores respondenter mulighed for at udforske nyhedsstoffet på deres egne præmisser.

Vi er opmærksomme på, at public service-medier som DR allerede har udviklet sådanne formater, som vores respondenter italesætter. De har eksempelvis udviklet TV-serien "Explainer", der er korte videoer på cirka syv til ni minutters varighed. På denne tid bliver et aktuelt nyhedsemne præsenteret på effektiv og informativ vis ved brug af mange små videoklips, effekter samt på en måde, som vi mener, gymnasieelever også vil finde interessant og letforståeligt. Flere respondenterne har efterspurgt netop dette, eftersom flere synes at nyheder kan være svære at forstå og føler at nyhederne bliver præsenteret på uinteressant vis (Bilag 06, l. 122-130, Bilag 07, l. 133-134, Bilag 04, l. 122-126). Dog kan man kun streame serien på DR's egen hjemmeside, som vi ud fra vores data ved, ikke er en hjemmeside, som vores respondenter hyppigt tilgår. Derudover kan der også argumenteres for, at videoer på syv-ni minutter er længere end videoerne på TikTok, hvorfor de måske er for lange. Ser vi på TikTok, som mange af respondenterne benytter sig af, forklarer en af respondenterne også, at der findes en nyhedsprofil for Ekstra Bladet, som på samme måde som også opretter videoer om aktuelle nyheder til den yngre målgruppe, som er illustreret i nedenstående billede:



Billede 02: Skærbillede af Ekstra Bladets TikTok-profil (TikTok u.å.).

I forhold til dette kan det siges, at Ekstra Bladet netop forsøger at fange de unge, både ved at være synlige på platformen, men også ved at dele videoer i et velkendt format. Dette mener respondent M8 medvirker til, at unge bliver informeret på en måde, de unge finder interessant (Bilag 08, l. 149-161).

Gennem vores indsamlede data i form af videoobservationer, er det ligeledes tydeligt, at respondenterne bliver eksponeret for mange influencers på deres sociale medier, men vi er dog skeptiske overfor, at brugen af influencers som kilder til samfundsrelaterede nyheder er en del af løsningen. Denne skepsis er funderet i Mehlsens pointer i hendes rapport om influencers, som vi tidligere har præsenteret. Mehlsen (2020) forklarer, at en influencers digitale status fungerer som social kapital, der kan veksles til andre former for kapital (s. 4). Dette kan have konsekvenser for samfundet og demokratiet, da influencere har en magtfuld position, hvor de kan påvirke deres følgere og skabe en vis grad af manipulation af information og holdninger, hvilket Mehlsen (2020) også påpeger (s. 7). Hun påpeger, at en influencer kan påvirke trends, politik, meninger og journalistik, og som vi ser det, er det især bekymrende, da influencere ikke

nødvendigt er kvalificerede til at give deres følgere råd og anbefalinger, hvilket kan føre til spredning af misinformation og forvrængning af virkeligheden. Derudover kan influencers være påvirket af sponsorer og reklameaftaler, hvilket kan føre til en manglende transparens og troværdighed i deres indhold (Mehlsen, 2020, s. 7).

På den anden side kan influencers gennem deres store følgerskare og evne til at engagere og påvirke deres publikum, nå ud til en bred og ung målgruppe og skabe interesse omkring nyhedsrelaterede emner. Ved at samarbejde med troværdige og pålidelige nyhedsorganisationer kan influencers bidrage til at formidle nyheder på en lettilgængelig og engagerende måde, der appellerer til unge, hvilket vi ikke vil underkende. En anden fordel ved at bruge influencers kan være, at de kan skabe en mere personlig og relaterbar forbindelse til nyhederne. De kan bruge deres eget sprog og stil til at formidle information på en måde, der er letforståelig og relevant for unge. Desuden kan influencers skabe dialog og interaktion med deres følgere, hvilket kan opmuntre til diskussion og refleksion omkring nyhederne, hvilket vi ser, at respondenterne efterspørger.

11.5 Hvordan kan man gøre public service tiltrækkende for unge?

Vores analyse af respondenternes mediebrug og deres forhold til public service-medier rejser tillige vigtige spørgsmål om, hvordan man kan øge de unges engagement til netop disse medier. I denne sammenhæng er public service-udvalgets argumentation for, at det er en politisk opgave at udvikle reguleringsformer, der fremmer en bredere samfundsmæssig forståelse og inddrager unge i public service-medier bemærkelsesværdig. Dette understreger netop vigtigheden af at styrke public service-medier som en kilde til fælles viden og debat, hvilket kan bidrage til at styrke samfundets sammenhængskraft (Kulturministeriet, 2016, s.13).

En interessant observation i analysen var, at vores respondenter er klar over vigtigheden af at følge med i nyhederne fra public service-medier som DR, men alligevel søger mod alternative kilder, hvor de ikke nødvendigvis er kildekritiske, hvilket K7 også italesætter:

K7: Jeg synes medierne skal være bedre til at belyse begge sider af en sag. Der er mange, som ikke forstår at være kildekritiske, og tror nærmest på alt, hvad der bliver skrevet. Det er med til at skabe forvirring og uoplyste borgere, som ikke forstår, hvad hele sandheden er på nogle emner. Medierne oplyser tit, hvad de har lyst til, eller hvad de bliver påvirket af for at fange læsernes interesser i stedet for at være helt neutrale (Bilag 07, l. 98-104).

Som K7 beskriver, kan en manglende kildekritik have negative konsekvenser for den demokratiske samtale, da det kan føre til manglende kritisk tænkning og en overfladisk forståelse af komplekse emner. Dette kan føre til en skævvridning af den offentlige debat og en nedgang i kvaliteten af den demokratiske samtale (Strömbäck, 2004, s. 75). Citatet fra K7 illustrerer ligeledes bekymringen om manglende kildekritik og mediernes potentielle bias, hvilket underbygger, at et tiltag, der retter sig mod en øget oplysning om mediernes bias og betydningen af kildekritik og styrkelse af mediekritiske færdigheder blandt unge, er en mangelvare.

Dette rejser imidlertid også spørgsmålet om, hvorfor unge mennesker foretrækker andre kilder, og i hvilken grad de traditionelle public service-medier formår at imødekomme unges behov og præferencer.

Vi finder, at det er problematisk, at vores respondenter ikke føler sig tiltrukket af public service-medier eller finder dem relevante for deres liv, fordi det netop kan have negative konsekvenser for deres samfundsmæssige engagement. Som tidligere påpeget, drejer problematikken sig om den positive effekt, som public service-medier har som et fællesskabsgenererende i samfundet (jf. "Udfordringer i forhold til unge").

Som vi tidligere har beskrevet i afsnittet "Udfordringer i forhold til unge" er det særligt for børn og unge, at der er en stigende udfordring i forhold til at nå disse med public service-indhold. Udvalget fremhæver selv, at en kontinuerlig udvikling af branding og indhold ligeledes spiller en væsentlig rolle i forhold til at fastholde børn og unge. Samtidigt pointerer udvalget, at børn og unge formentligt vil vælge public service-indhold, hvis indholdet tiltaler dem i den givne situation på den valgte platform uanfægtet af, hvem der har produceret det (Kulturministeriet, 2016, s. 113-116). Det stiller således krav til, at public service-medierne i højere grad skal "gøre brug af de muligheder, som de digitale platforme tilbyder, i form af muligheder for deltagelse, dialog og fri adgang til attraktivt indhold til unge" (Kulturministeriet, 2016, s. 115).

Det kan således siges, at public service-udvalgets anbefalinger og erkendelse af behovet for at udvikle indhold og tilgængelighed på digitale platforme er et skridt i retningen af at imødekomme de unges forventninger. Der er således ingen tvivl om, at der sker en indsats for at imødekomme udfordringerne, men det er en vedvarende proces, der kræver både teknologiske, indholdsrelaterede og strategiske tilpasninger for at tiltrække og engagere unge i public service-medierne. Skal løsningen så findes andetsteds, og er det i virkeligheden de afhængige medier, der skal tage ansvar?

Baseret på vores respondents svar, som vi tidligere har præsenteret, kunne noget tyde på, at en del af løsningen snarere skulle findes i, hvordan man gør det attraktivt for afhængige medievirksomheder at tage ansvar for, at unge i stigende grad fravælger nyheder. Det er en udfordrende problemstilling at adressere afhængige medievirksomheders incitament til at levere nyheder, der ikke nødvendigvis er objektive eller relevante for samfundet.

Vi har således flere overvejelser om, hvordan man kan gøre det mere attraktivt for sådanne medievirksomheder at tage ansvar for at levere kvalitetsnyheder til unge. Vi ser, at en af disse er at skabe øget offentlig bevidsthed og pres, hvor man ved at skabe større offentlig opmærksomhed om betydningen af objektive og relevante nyheder kan lægge et øget pres på afhængige medievirksomheder for at ændre deres tilgang. Offentligheden kan engagere sig ved at udtrykke deres bekymring, dele pålidelige nyhedskilder og støtte medievirksomheder, der leverer kvalitetsnyheder. Desuden kunne regulerings- og incitamentsordninger muligvis spille en rolle i at skabe incitamenter for medievirksomheder til at levere objektive og relevante nyheder. Dette kan omfatte krav om gennemsigtighed i nyhedsproduktion, ansvarlige redaktionelle retningslinjer og økonomiske incitamenter eller sanktioner, der belønner medievirksomheder for at levere kvalitetsnyheder.

11.6 Bias forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier

Ud fra vores respondents svar, kan vi udlede, at algoritmer kan have konsekvenser for samfundet og demokratiet på flere måder. For det første kan algoritmerne på sociale medier og søgemaskiner skabe såkaldte filterbobler, hvor brugerne kun eksponeres for indhold, der stemmer overens med deres egne holdninger og interesser, hvilket nogle af vores respondenter er bevidste om. Dette beskriver M8 eksempelvis:

M8: Jamen, det er jo dejligt, at man får mere indenfor det, man har vist sin interesse indenfor, men det gør jo samtidig, at det tager pladsen fra noget andet, man kunne blive eksponeret for. Man får vist det man kan lide og bliver ikke præsenteret for så meget andet (Bilag 08, l.104-107).

Dette kan føre til en polarisering af samfundet, hvor brugerne ender i ekkokamre og kun bliver bekræftet i deres egne holdninger og ikke udsættes for alternative synspunkter. Dette kan have en negativ effekt på demokratiet, da det kan gøre det sværere for borgere at forstå forskellige synspunkter og nå til enighed (Strömbäck, 2004, s. 66-68). Som Strömbäck (2004) pointerer,

skal de unge, som en del af samtaledemokratiet, altid være parate til at deltage i offentlige politiske diskussioner, netop fordi politiske samtaler, debat og dialog bidrager til bedre beslutninger og er afgørende for et levende demokrati (s. 67-68).

For det andet kan algoritmerne påvirke, hvilke nyheder og informationer der bliver eksponeret for brugerne, hvilket kan føre til filterbobler, som kan fremkalde ekkokamre, hvor man kan have svært ved at navigere i meningsdannelser i og med, at man ikke bliver eksponeret for holdninger, som ikke stemmer i med sine egne. Dette kan føre til en selektiv udsættelse for information, hvor brugerne kun ser en bestemt type nyheder eller perspektiver på aktuelle begebenheder. Dette kan igen føre til en skævvridning af den offentlige debat og underminere demokratiet (Strömbäck, 2004, s. 66-68).

Gennem vores semistrukturerede interviews og videoobservationer blev det tydeligt, at respondenterne ikke bliver eksponeret for samfundsrelaterede nyheder, og det er værd at overveje, hvordan teknologien kan spille en rolle i at optimere respondenternes nyhedsvaner. På trods af at vores respondenter, gennem den indsamlede data, ikke har været præsenteret for mange samfundsrelaterede nyheder, er der en stadigt stigende tilgængelighed af nyheder via digitale platforme og sociale medier, hvor der kan være mulighed for at skabe en mere skræddersyet nyhedsoplevelse for de unge borgere.

Vi ser også, at algoritmerne muligvis vil kunne bidrage positivt til brugerens oplevelse med sociale medier. Da vi spurgte respondent M6 om, hvordan sociale medier vil kunne forbedre deres praksis i at levere mere pålidelige og informative nyheder, forklarede han, at mere effektive algoritmer ville kunne bidrage til at sortere i, hvilke nyheder der er sandfærdige eller falske (Bilag 06, l. 114-119). Som vi har nævnt tidligere i diskussionen, kunne et tiltag som dette, hjælpe brugerne med at navigere nemmere på sociale og digitale medier og undgå misinformation. Eftersom vi lever i en digital verden og algoritmerne styrer meget af det indhold, vi tilgår på sociale medier, ser vi også, at det er essentielt, at vi lærer at leve med det og navigere på internettet velvidende, at indholdet styres af algoritmer. Vi vil ikke have mulighed for at ændre eller undgå algoritmer, når vi færdes online, så vi mener ligeledes, at eksempelvis uddannelse indenfor feltet, vil kunne bidrage til at øge bevidstheden omkring disse filterbobler og ekkokamre, vi kan havne i, og hvad det kan betyde for den enkelte.

Men er ekkokamre i virkeligheden så fatale? Det spørgsmål har journalisten Selin Türker undersøgt i en artikel fra Zetland. Artiklen er udformet med en undren om, om ekkokamre i virkeligheden er roden til alt ondt, eller om det er os mennesker, der har misforstået dette. Hertil stiller Türker sig kritisk til ideen om, at hvis vi "kunne slippe ud af ekkokammeret, ville alle sociale mediebrugere automatisk blive mere nuancerede i deres opfattelse af verden" (Türker,

2021). Men er denne forklaring for simplificeret eller i virkeligheden helt forkert? Forfatter og professor i sociologi Chris Bail har gennem længere tid undersøgt sociale medier, algoritmer og ekkokamre blandt sociale mediebrugere i USA. Bail har i samarbejde med Polarization Lab udviklet et forsøg, hvor han har fået en række amerikanske borgere til at medvirke i et eksperiment, som omhandler netop ekkokamre og hvordan sociale mediebrugere bliver påvirket af disse. Brugerne skulle gennem eksperimentet følge nogle bestemte konti på Facebook og Twitter, hvor disse konti blev styret af Bail og hans hold. Her var formålet, at de opslag og historier der blev lagt op skulle være modsat af, hvad forsøgspersonerne normalt ville dele og 'synes godt om'. I artiklen skriver Türker (2021), at

Hypotesen var, at hvis præmissen om ekkokamre passede, ville disse forsøgspersoner komme ud på den anden side med et mere nuanceret blik på omverdenen, fordi de endelig var 'sluppet ud' af deres ekkokammer på sociale medier og blev præsenteret for synspunkter fra den anden side. Det er eksempelvis algoritmer og konceptet om ekkokamre, som mange mener radikaliserer os, fordi det er en meget intuitiv måde at tænke på, men det hænger bare ikke sammen med det, forskningen viser os (Türker 2021).

Ovenstående fremhæver hypotesen om, at hvis folk var fanget i ekkokamre på sociale medier, ville de opnå en mere nuanceret forståelse af verden, hvis de blev eksponeret for synspunkter fra den modsatte side. Chris Bail bemærker, at algoritmer og konceptet om ekkokamre ofte anses for at radikaliserer os, fordi det er en intuitiv måde at tænke på. Dog hævder Bail, at dette ikke stemmer overens med forskningen. Hypotesen om, at eksponering for forskellige synspunkter kan føre til en mere nuanceret forståelse, er interessant, da den udfordrer ideen om, at ekkokamre er den primære årsag til radikalisering, og han understreger vigtigheden af at basere vores opfattelser på solid forskning og ikke kun på intuition eller formodninger. Derfor har Bail sat sig for at undersøge netop dette, for netop ikke at skyde hele skylden på algoritmer. Resultatet for undersøgelsen viste, at forsøget på ingen måde ændrede forsøgspersonernes holdninger på trods af, at de over længere tid blev eksponeret for synspunkter uden for deres ekkokammer. Det viste sig yderligere, at forsøgspersonerne kun blev mere yderliggående i deres holdninger (Türker 2021).

Dette bevidner om, at det måske ikke er teknologien og algoritmerne, som er det største faresignal indenfor ekkokamre, men at vi, som individer, ikke ønsker at forlade vores ekkokamre. Sætter vi dette i perspektiv til respondenterne fra dette speciale, ser vi samtidig, at de

befinder sig i filterbobler, hvor flere af respondenterne ikke virker til at være villige til eller overveje at bryde ud af disse. Nogle er opmærksomme på, at algoritmerne påvirker deres nyhedsfeed, mens andre ikke skænker det yderligere tanker. Dette understreger vigtigheden af at forstå, at selvom algoritmer kan have positive virkninger på samfundet, er der også potentielle udfordringer forbundet med ekkokamre og individuel adfærd. Vi er dermed af den overbevisning, at det er væsentligt, at vores respondenter er bevidste om deres egne tilbøjeligheder og er åbne over for alternative synspunkter for at opnå en mere nuanceret forståelse af verden. Respondenterne befinder sig lige nu i filterbobler, hvor de gennem deres sociale medier bliver eksponeret for indhold, der bekræfter dem i deres egne holdninger og interesse. Her ser vi, at hvis de ikke også bliver præsenteret for, og klikker på, indhold som kan udvide deres forståelser og holdninger, kan de ende ud i ekkokamre, hvor de ikke ender med et snævert syn på samfundet, eller, i værste tilfælde, ikke kan deltage i den demokratiske debat på et nuanceret grundlag. Vi ser dog gennem Bails eksperiment, at forsøgspersonerne ikke er i stand eller ønsker at bryde ud af disse ekkokamre. Vi tager dog også i betragtning, at forsøgspersonerne er ældre end vores respondenter, og dermed i forvejen befinder sig dybere i disse ekkokamre, hvilket giver en formodning om, at gennem eksempelvis uddannelse på området, vil flere muligvis blive bevidste om konsekvenserne, algoritmer, filterbobler og ekkokamre kan have.

Vi ser gennem denne diskussion, at algoritmer på sociale medier har komplekse konsekvenser. Mens de på den ene side kan hjælpe med at levere relevant indhold til brugerne, kan de på den anden side bidrage til dannelse af filterbobler og ekkokamre, der begrænser eksponeringen for forskellige perspektiver. Vi finder, at det er væsentligt, at unge mennesker gennem uddannelse får øget bevidsthed om algoritmernes indflydelse og bliver opfordret til at være proaktive i at søge information og nyheder uden for deres algoritmebaserede feeds for at opnå en mere mangfoldig og nuanceret forståelse af verden.

12.0 Vores bidrag til forskningen

Som en kort opsummering har vi gennem vores forskning bidraget med at identificere et paradoks mellem idealer og praksis hos vores respondenter. Selvom de giver udtryk for vigtigheden af at følge nyheder og være informeret, afspejles disse idealer ikke altid i deres egen praksis. I vores forskning har vi bidraget med en analyse af respondenternes mediebrug og deres forhold til public service-medier, især med fokus på de unges engagement. Vi har identificeret en generationskløft mellem traditionelle og digitale mediebrugere og argumenteret for betydningen af mediepolitiske løsninger for at inddrage og tiltrække de unge. Dette har rejst spørgsmålet om, i hvilken grad de traditionelle public service-medier formår at imødekomme unges behov og præferencer.

Respondenterne er enige om, at nyheder ofte er præget af negativitet, hvilket kan få unge til at fravælge nyheder. Denne komplekse udfordring kræver en bred vifte af tiltag og løsninger, og dette speciale bidrager til at bekræfte og udforske problemets kompleksitet uden at give et entydigt svar på, hvordan det skal tackles.

Vi har også bidraget med at identificere, at selvom de fleste unge er bevidste om de bias, der er forbundet med nyhedskonsumering på sociale medier, ændrer denne bevidsthed ikke nødvendigvis deres praksis. Dette indikerer en udfordring med at omsætte viden til handling og en vedvarende afhængighed af sociale medier som primær kilde til nyheder. Vi har således erkendt behovet for at udforske og adressere de faktorer, der påvirker unges beslutninger om nyhedskilder og det nødvendige skift i praksis. Dette kan omfatte øget oplysning om mediernes bias, styrkelse af mediekritiske færdigheder og fremme af pålidelige nyhedskilder, der er mere objektive end afhængige nyhedskilder. Vores bidrag understreger derfor behovet for yderligere forskning og indsats for at bryde den afhængighed, de unge har af sociale medier som deres primære kilde til nyheder og opfordre dem til at træffe mere informerede valg om deres nyhedskonsumering.

Baseret på ovenstående vil vi hævde, at de fund, vi har analyseret i vores engagement- og navigationsfase, bidrager til en form for forandring. Det er vigtigt at bemærke, at denne forandring ikke bør opfattes som en direkte og umiddelbar transformation, men snarere som et element, der kan tilføje til vores viden om vores undersøgte område (NoP). Selvom vi ikke eksplicit beskriver forandringen i vores tidligere faser af engagement og navigation, erkender vi, at denne proces har udviklet sig kontinuerligt gennem vores speciale.

13.0 Konklusion

På baggrund af vores analyse og diskussion vil vi i dette afsnit præsentere afrundingen for vores projekt. I denne sammenhæng vil vi igen inddrage vores problemformulering, da vi erved kan forholde denne til de fund, vi løbende er kommet frem til i vores undersøgelse:

Hvordan påvirker danske gymnasieelevers nyhedsvaner deres evne til at agere som informerede samfundsborgere og deltage aktivt i den offentlige debat på en kritisk og nuanceret måde og deres bevidsthed omkring bias i nyhedsstrømmen?

Dette speciale har undersøgt respondenternes historical body og dets indflydelse på deres forståelse og tilgang til nyheder. Ud fra vores analyse af respondenters historical body har vi fundet, at der lå to forskellige perspektiver på nyhedsforståelse indlejret hos vores respondenter; et samfundsmæssigt perspektiv og et individuelt perspektiv. En vigtig observation er, at respondenternes tidlige erfaringer med nyheder spiller en afgørende rolle. Nogle er opdraget med vigtigheden af at følge nyhederne som en norm, mens andre har oplevet nyheder som en del af deres daglige rutiner i hjemmet som en normalitet. Vi har også set, hvordan tidlige erfaringer og opvækst kan påvirke respondenternes forhold til nyheder. På baggrund af deres historical body konkluderer vi, at der også er forskellige følelser forbundet med nyheder, som kan ændre sig over tid, og at nyhedsforbrug kan vække både positive og negative følelser. Som børn havde de svært ved at forstå nyhederne og betragtede dem som kedelige eller forbeholdt de voksne. Dog har mange af respondenterne udviklet en større forståelse og en mere nuanceret tilgang til nyhederne i takt med, at de er blevet ældre. Medialiseringen spiller også en afgørende rolle i respondenternes forståelse og tilgang til nyheder. Det er indlejret i respondenternes historical body, hvordan man tilgår mobiltelefoner og digitale medier. Sociale medier og digitale platforme bruges primært til at tilgå nyheder, mens trykte aviser synes mindre relevante for denne generation. Dette adskiller sig fra deres forældres nyhedsvaner, der stadig inkluderer læsning af trykte aviser.

Vi har analyseret respondenternes nyhedskilder og interaktionsmønstre og kan konkludere, at respondenternes valg af kilder og tilgange varierer og skaber et dynamisk billede af deres nyhedsvaner. Vores respondenter har adgang til et væld af forskellige nyhedskilder, der både tæller sociale medier, traditionelle medier og deres personlige netværk, som alle spiller en rolle i at forme deres opfattelse af nyheder og bidrager til at konstituere et fællesskab om-

kring nyheder. Vi kan konkludere, at sociale medier er respondenternes primære kilde til nyheder, og at traditionelle medier som trykte aviser og public service-medier spiller en mindre rolle. Samlet set viser analysen af interaktionsordenerne, at nyhedsforbrug er en kompleks og dynamisk proces, hvor respondenterne interagerer med forskellige kilder og aktører. Denne store mængde af tilgængelige nyhedskilder og forskellige medietyper kan være berigende, men også udfordrende, da respondenterne skal vurdere og filtrere informationen for at opnå en dybdegående forståelse. Derudover skaber dette også en diversitet i deres valg af nyhedskilder og interessefelter, som adskiller sig fra tidligere generationer.

Vi har identificeret forskellige diskurser inden for nyhedsforbrug, og analysen viser, at mange af vores respondenter ikke føler sig opdaterede. Derudover viser analysen, at respondenterne er afhængige af at få nyheder fra venner og bekendte i stedet for aktivt selv at opsøge nyhederne. Sociale medier spiller en betydelig rolle i respondenternes nyhedsvaner, primært som underholdning og ikke som en kilde til at følge med i nyhederne. Respondenterne sorterer nyheder efter personlig interesse og prioriterer letforståelige nyheder og populære emner som reality-TV og influencers. Vores respondenter har en tendens til at skimme nyhedstekster for at få en idé om indholdet fremfor at fordybe sig i samfundsrelateret stof.

Respondenterne udtrykker bekymring over clickbait og sensationelle overskrifter på sociale medier samt følelse af overvældethed og usikkerhed på grund af den store mængde information og nyheder, der er tilgængelige. Derudover har vi identificeret en diskurs om, at nyheder fra mere traditionelle public service-kilder er præget af en negativitet, hvilket bidrager til, at nogle af vores respondenter fravælger nyheder fra disse kilder. Der er også en opfattelse blandt vores respondenter om, at traditionelle medier ikke er så fleksible og innovative som de nyere medier, og at algoritmer på sociale medier kan skabe en filterboble og begrænse eksponeringen for nyheder. Nogle respondenter ser positivt på algoritmerne og deres funktion på sociale medier, mens andre føler sig overvåget og ubehagelige ved tanken om overvågning og brug af deres handlinger til kommercielle formål.

I forhold til vores problemformulering kan vi gennem vores kvalitative undersøgelse konkludere, at respondenterne generelt viser et paradoks mellem deres idealer og deres faktiske praksis med hensyn til nyhedsforbrug og deltagelse i den offentlige debat. Respondenterne udtrykker en forståelse for vigtigheden af at være informerede samfundsborgere og deltage aktivt i den offentlige debat, hvilket er i overensstemmelse med demokratiske normer, hvor borgere anses for at have ansvaret for at holde sig opdaterede og informerede om samfundsforhold. Dog erkender respondenterne, at der er en forskel mellem deres idealer og deres faktiske praksis. De er ikke tilfredse med deres egen nyhedspraksis og nogle ønsker at ændre dette.

Vi kan hermed konkludere, at vores respondenter oplever udfordringer med at agere som oplyste borgere i en medieret verden, da de har svært ved at opretholde deres ideelle nyhedspraksis og føler, at nyhederne ikke altid er relevante for dem eller leveret i et format, de finder tiltrækkende og letforståeligt. På den anden side har vi også fundet, at respondenterne bliver præsenteret for samfundsrelaterede nyheder gennem deres sociale netværk, primært deres forældre, hvor der i denne interaktion opstår en naturlig interesse for at engagere sig i nyheder, så vores respondenter kan være en del af den demokratiske samtale. Dermed kan vi konkludere, at vores respondenternes nyhedsforbrug er en kompleks og dynamisk proces, hvor respondenterne interagerer med forskellige kilder og aktører, og hvor de også skal forholde sig til elementer som algoritmer og sociale medier, der kræver stor opmærksomhed og blander det private og det offentlige. Dette finder vi kan gøre det svært at navigere i nyhedslandskabet for vores respondenter.

Vi har også identificeret, at unge er bevidste om bias på sociale medier som nyhedskilder, men at denne bevidsthed ikke nødvendigvis ændrer deres praksis. Dette peger på behovet for at udforske og adressere faktorer, der påvirker unges beslutninger om nyhedskilder og fremmer et nødvendigt skift i praksis.

Samlet set har vores bidrag til forskningen identificeret paradokset mellem idealer og praksis hos vores respondenter, hvilket problematiserer unges nyhedskonsumering. Vores fund har bidraget til en dybere forståelse af udfordringerne og behovene i forbindelse med unges nyhedskonsumering og har understreget betydningen af at tilpasse medieindholdet og fremme kritiske tænkning hos unge borgere. Det har også peget på vigtige områder, hvor der er behov for yderligere forskning og indsats for at forstå årsagerne bag paradokset og finde løsninger, der kan imødekomme unges behov og præferencer bedre, så vi i værste fald ikke ender i demokratisk underskud.

14.0 Perspektivering

Vores speciale har sine naturlige begrænsninger som tid, kapacitet og størrelse, der har begrænset det omfang af forskning, vi har udført og præsenteret. Selvom specialet har sine begrænsninger, kan det fungere som et springbræt for fremtidig forskning og yderligere undersøgelser. Det er vigtigt at anerkende, at forskningen på området er kontinuerlig og udvikler sig over tid, og at flere bidrag er nødvendige for at opnå en dybere forståelse og identificere mere effektive løsninger. Selvom specialet kan have identificeret og bidraget til en dybere forståelse af problemstillingen, mener vi, at det er vigtigt at erkende, at der altid er mere at lære og udforske. Forskning er en iterativ proces, og nye opdagelser og indsigter kan fortsætte med at dukke op.

Yderligere forskning kan dykke dybere ned i specifikke aspekter af unges nyhedskonsumering, undersøge forskellige populationer eller kulturelle kontekster, og eksperimentere med forskellige løsninger og interventioner. Det kan også inddrage flere metoder og tilgange for at opnå en mere holistisk forståelse af problemet. Vi finder, at der er flere områder, hvor yderligere forskning kan bidrage til at udvide vores forståelse af unges nyhedskonsumering og identificere mulige løsninger på de identificerede udfordringer.

Yderligere forskning kan fokusere på at undersøge, hvordan tilpasning af nyhedsindhold til unges interesser og livssituationer påvirker deres engagement og interesse for samfundsrelaterede nyheder. Det er vigtigt at identificere, hvilke former for tilpasning der er mest effektive, og hvilke faktorer der spiller en rolle i unges beslutning om at følge nyheder. Derudover kan videre forskning udforske og evaluere forskellige mediepolitiske tiltag og strategier til at inddrage og tiltrække unge til nyhedskonsumering. Dette kan omfatte undersøgelser af incitamenter og støtte til medier, der producerer indhold målrettet unge, samt reguleringer, der sikrer, at medier opfylder visse standarder for kvalitet og relevans.

Vi mener, at der er behov for mere forskning om, hvordan alternative nyhedskilder kan fremmes og introduceres til unge. Dette kan omfatte undersøgelser af effektiviteten af pålidelige og objektive nyhedsplatforme, der appellerer til unges behov for pålidelig information og ikke er påvirket af bias, som sociale medier kan være.

Som en del af at styrke unges mediekritiske færdigheder kunne yderligere forskning fokusere på at evaluere og udvikle programmer og initiativer, der netop styrker unges mediekritiske færdigheder. Dette kan omfatte uddannelse og oplysning om mediernes bias, kildekritik og vurdering af informationskvalitet.

Det kunne også være interessant at undersøge en langsigtet effekt og adfærdsændring, der kunne omfatte studier, der følger unges nyhedskonsumering over tid og evaluerer virkningen af forskellige interventioner på deres adfærd og holdninger.

15.0 Litteraturliste

- Attride-Sterling, J. (2001): Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*. 1(3). Sage Publications.
- Bail, C. (2021): *Breaking the Social Media Prism: How to Make Our Platforms Less Polarizing*. Princeton University Press, 2021.
- Bozdag, E. & van den Hoven, J. (2015): *Breaking the filter bubble: democracy and design*. Ethics and Information Technology, 2015.
- Brinkmann, S. (2014): *Det kvalitative interview*. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag, København 2014.
- Brinkmann, S. & Kvale, S. (2015): *Interview. Det Kvalitative Forskningsinterview som håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2020): *Kvalitative metoder, tilgange og perspektiver: en introduktion*. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: *Kvalitative Metoder*. Hans Reitzels Forlag, 2020.
- Bryman, A. (2012): *Social research methods*. 4th Edition. Oxford University Press.
- Collin, F. (2015): *Socialkonstruktivisme*. I Humaniora, I F., Collin & S., Køppe (red.). Humanistisk videnskabsteori. København: Lindhart og Ringhof Forlag.
- DR Explainer: Sæson 2023. DR.dk. Sidst tilgået: 21.05.23.
Internetadgang: https://www.dr.dk/drtv/serie/explainer_176030
- Europakommissionen (2018): *Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale udvalg og Regionsudvalget. Bekæmpelse af desinformation på internettet: en europæisk tilgang*. Bruxelles, COM(2018) 236 final.

- Fog, E. (2020): TikTok - Musik, stemninger og skjulte algoritmer. UB&U Media 2020.
- Fuglsang, L., Olsen, P. B. & Rasborg, K. (red.). (2013): Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne - På tværs af fagkulturer og paradigmer. 3. udgave, Frederiksberg C. Samfundslitteratur.
- Frederiksen, M. (2020): *Mixed methods-forskning*. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: Kvalitative Metoder. Hans Reitzels Forlag, 2020.
- Gadamer, H. (2004): Sandhed og metode – Grundtræk af en filosofisk hermeneutik. Aarhus. Systime.
- Halkier, B. (2016): *Fokusgrupper i samfundsvidenskabelig forskning*. I Halkier, B. (2016): Fokusgrupper. 3. udgave 2016. Samfundslitteratur 2016.
- Hastrup, K. (2020): *Feltarbejde*. I Tanggaard, L., & Brinkmann, S. (2020): *Kvalitative metoder – En grundbog*. 3. udgave, 1. oplag. København: Hans Reitzels Forlag, 2020.
- Heath, C., Hindmarsh, J. & Luff, P. (2010): *Video in Qualitative Research. Analysing Social Interaction in Everyday Life*. SAGE.
- Hede, A. (2007): Systematiske Reviews og Evidens. I L. Fuglsang, P. Hagedorn-Rasmussen, & P. Bitsch Olsen, *Teknikker i samfundsvidenskaberne*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Hjarvard, S. (red.). (2016): Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring. 1. udgave, 1. oplag. Forfatterne og Hans Reitzels Forlag, 2016.
- Højberg, H. (2013): Hermeneutik. I L., Fuglsang, P., B., Olsen, & K., Rasborg (Red.) Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – På tværs af fagkulturer og paradigmer, 3. udgave, Frederiksberg C. Samfundslitteratur.
- Højgaard, L. & Søndergaard, D. M. (2020): *Multimodale konstitueringsprocesser i empirisk*

- forskning*. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: Kvalitative Metoder. Hans Reitzels Forlag, 2020.
- Jensen, J. L. & Tække, J. (2018): *Digitale sociale medier*. I Sociale medier. 1. udgave, 2. oplag 2018 Samfundslitteratur 2018.
- Jensen, J. L. & Tække, J. (2018): *Nyheder og journalistik*. I Jensen, J. L. & Tække, J. (2018): Sociale medier. 1. udgave, 2. oplag 2018 Samfundslitteratur 2018.
- Jensen, J. L. & Tække, J. (2018): *Social identitet*. I Sociale medier. 1. udgave, 2. oplag 2018 Samfundslitteratur 2018.
- Kabel, L. & Sparre, K. (1999). *Nye nyheder: om nyhedsjournalistik og nyhedsdækning i dagblade, radio, tv og online*. Århus. Forlaget Ajour Danmarks Journalisthøjskole
- Klastrup, L. (2016): Sociale Netværksmedier. 1. udgave 2016. Samfundslitteratur 2016.
- Kulturministeriet (2016): Public service - De næste 10 år. Rapport fra public service udvalget. Udgivet november 2016. 1. udgave, København.
- Larsen, M. C. (2010): *Unge og online sociale netværk* – En nexusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser. Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.
- Larsen, M. C. & Raudaskoski, P. (2016): *Medieret diskursanalyse og nexusanalyse*. I Horsbøl, A. & Raudaskoski, P. (red.) (2016): Diskurs og praksis. Teori, metode og analyse. 1. udgave 2016. Samfundslitteratur 2016.
- Lauridsen, P. S. & Olesen, M. (2018): *Offentligheder*. I Lauridsen, P. S. & Svendsen, E. (red.) (2018): Medieteorien. Samfundslitteratur 2018.
- Lauridsen, P. S. & Svendsen, E. (2021): Medietemaer. 1. udgave 2021. Samfundslitteratur.
- Mehlsen, C. (2020): MFI undersøger Influencere - de nye unge mediehuse. Mediernes

Forsknings- og Innovationscenter, Center for Journalistik, Institut for Statskundskab.

Mitchelstein, E. & Matassi, M. (2017). Incidental News: How Young People Consume News on Social Media. Conference Paper, January 2017. ResearchGate.

Mølholt, A. K. & Kristiansen, S. (2020): Kvalitative forløbsstudier. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: Kvalitative Metoder. Hans Reitzels Forlag, 2020.

Newman, N. et al. (2022): Reuters Institute Digital News Report 2022. Reuters Institute. University of Oxford.

Nickerson, R. S. (1998): Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. General Psychology, 1998. Vol. 2, No. 2.

Nielsen, M. R. (26.01.23): *Bliver du trist af at læse nyheder? Så er du ikke alene*. DR.dk. Sidst tilgået: 21.05.23. Internetadgang: <https://www.dr.dk/nyheder/kultur/bliver-du-trist-af-laese-nyheder-saa-er-du-ikke-alene>

Olsen, H. (2003): Kvalitative analyser og kvalitetssikring: Tendenser i engelsksproget og skandinavisk metodelitteratur. Sociologisk Forskning, 2003, Vol. 40, No. 1 (2003). Sveriges Sociologförbund.

Patton, M. Q. (2002): *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Californien: Sage Publications.

Phillips, L. (2020): *Diskursanalyse*: I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: Kvalitative Metoder. Hans Reitzels Forlag, 2020.

Pink, S. (2011): *The Visual in Ethnography: Photography, Video, Cultures and Individuals (Kap. 1)*. I Pink, S. (2011): *Doing Visual Ethnography*. Second Edition. Publication year: 2007. Online pub date: January 01, 2011. SAGE Publication, Ltd.

Pink, S. (2011): *Video in Ethnographic Research (Kap. 4)*. I Pink, S. (2011): *Doing Visual*

- Ethnography. Second Edition. Publication year: 2007. Online pub date: January 01, 2011. SAGE Publication, Ltd.
- Raudaskoski, P. (2015): *Observationsmetoder herunder videoobservation*. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (eds.) 2015: *Kvalitative Metoder*. Hans Reitzels Forlag, 2020.
- Rendtorff, J. D. (2007): Case-Studier. I L. Fuglsang, P. Hegedorn-Rasmussen, & P. Bitsch Olsen, *Teknikker i samfundsvidenskaberne*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Ridley, D. (2012): *The Literature Review. A Step-by-Step for Students*. SAGE Publications Ltd, London. 2nd Edition, 2012.
- Rienecker, L. & Jørgensen, P. S. (2022): *Den gode opgave: Håndbog i opgave-, projekt- og specialeskrivning*. 6. udgave 2022. Samfundslitteratur 2022.
- Ritzau (28.02.23): *Folketinget fraråder brug af TikTok-app*. Berlingske.dk. Sidst tilgået: 21.05.23. Internetadgang: <https://www.berlingske.dk/politik/folketinget-fraraader-brug-af-tiktok-app>
- Schrøder, K. Blach-Ørsten, M. & Eberholst, M. K. (2022). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2022*. Center for nyhedsforskning, Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab, Roskilde Universitet.
- 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: Gyldendal Akademisk.
- Slots- og Kulturstyrelsen (2020): *Medietillid, fake news og fakta-tjek - Befolkningens tillid til medier, syn på fake news og brug af faktatjek*. Mediernes udvikling i Danmark.

Strong, S., I. (2017). *Alternative Facts and the Post-Truth Society: Meeting the Challenge. School of Law (Forthcoming 2017)*

Strömbäck, J. (2004): *Den medialiserade demokratin - Om journalistikens ideal, verklighet och makt.* SNS förlag.

Szulevicz, T. (2020): *Deltagerobservation.* I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: *Kvalitative Metoder.* Hans Reitzels Forlag, 2020.

Tanggaard, L. & Brinkmann, S. (2020): *Interviewet: samtalen som forskningsmetode.* I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. 2020: *Kvalitative Metoder.* Hans Reitzels Forlag, 2020.

TikTok (u.å.): Skærbillede af Ekstra Bladets TikTok-profil. Sidst tilgået 21.05.2023.

Türker, S. (29.04.21): *Alle taler om ekkokamre på sociale medier som roden til alt ondt. Måske har vi helt misforstået det.* Zetland.dk. Sidst tilgået 21.05.23. Internetadgang: <https://www.zetland.dk/historie/soBPW3LE-aegJG0Zj-5d7ce>

16.0 Bilag

Bilag 01: Transskription af interview med K1.

Bilag 02: Transskription af interview med K2.

Bilag 03: Transskription af interview med M3.

Bilag 04: Transskription af interview med K4.

Bilag 05: Transskription af interview med K5.

Bilag 06: Transskription af interview med M6.

Bilag 07: Transskription af interview med K7.

Bilag 08: Transskription af interview med M8.

Bilag 09: Video 1, K1.

Bilag 10: Video 2, K2.

Bilag 11: Video 3, M3.

Bilag 12: Video 4, K4.

Bilag 13: Video 5, K5.

Bilag 14: Video 6, M6.

Bilag 15: Video 7, K7.

Bilag 16: Video 8, M8.

Bilag 17: Litteraturreview 1: Mehlsen, C. (2020): "MFI undersøger Influencere – de nye unge mediehuse".

Bilag 18: Litteraturreview 2: Reuters Institute Digital News Report, 2022.

Bilag 19: Litteraturreview 3: Mitchelstein, E. & Matassi, M. (2017): "Incidental News: How Young People Consume News on Social Media".

Bilag 20: Interviewspørgsmål.