



Fakulteten för ekonomi, kommunikation och IT
Media och kommunikationsvetenskap

Magnus Andersson
Kristin Blomgren

Värmländska ungdomars attityder till lokaltidningen

En kvantitativ enkätundersökning

Youth attitudes towards local newspapers in Värmland

A quantitative survey

C-uppsats 10 poäng
Informationsprogrammet

Datum/Termin: vt-07
Handledare: Malin Svenningsson
Examinator: Jan Ove Eriksson

Abstract

This thesis was written in co-operation with the newspaper publicist organization "Tidningen I skolan" and is based on a quantitative survey. The object of this thesis is to try to answer "What are the youth's attitudes towards local newspapers in Värmland?"

The survey asked questions about background, media habits, and expectations regarding the future. The population was limited to high school-students and the survey was handed out and collected during one visit to each of the classes.

Generally speaking, the respondents have a rather positive image of their local newspapers. A majority of them believe they'll subscribe sometime in the future. At the same time, however, they predict a coming downturn for local newspapers. Presently, television is the number one source for news for our surveyed population, with local papers second. Asked to predict their own consumption ten years from now, internet-based news will have pushed print media down to third. But television is still on top.

Only a third of our respondents feel that their local paper caters to their own demographic, while hardly anyone doubted that grown-ups were a target group. When we asked them to appraise their local paper's different characteristics, most were either cautiously positive or indifferent. The local newspapers in Värmland are, according to the answers we saw, neither good or bad looking, neither reliable or unreliable, and so on...

The results hint at what is facing the local papers. If not their own demise, then at the very least a difficult challenge.

Sammanfattning

Denna uppsats är gjord uppdrag av Tidningsutgivarnas organisation Tidningen i skolan och grundas på en kvantitativ enkätundersökning. Uppsatsen syftar till att försöka svara på den övergripande frågan ”Vilka attityder har värmländska ungdomar till lokaltidningen?”

Enkäten ställde frågor om bakgrund, medievanor, och respondentens förväntningar på framtiden. Målgruppen avgränsades till gymnasieelever, och enkäten delades ut och samlades in under ett och samma besök i klasserna.

De värmländska ungdomarna har generellt sett en relativt positiv bild av lokaltidningar. De allra flesta tror att de själva kommer att prenumerera någon gång i framtiden. Samtidigt visar resultaten att målgruppen spår lokaltidningarna en framtida nergång. Idag är det teven som är det främsta mediet för nyheter. Lokaltidningarna hamnar på en andraplats på samma lista. Får ungdomarna titta tio år in i framtiden tror de fortfarande att det är teven som är det främsta nyhetsmediet. Lokaltidningarna tappar på bekostnad av Internet, men hittas fortfarande på topp-tre.

Bara en tredjedel av ungdomarna upplever att deras lokaltidning riktar sig till deras åldersgrupp, knappt någon tvivlade på vuxna som målgrupp. När vi bad dem bedöma sina respektive lokaltidningars olika egenskaper var de flesta försiktigt positiva eller likgiltiga. Värmlands tidningar är enligt våra enkätsvar varken snygg eller ful, varken pålitlig eller opålitlig, och så vidare...

Resultatet ger en aning om att lokaltidningarna står inför, om inte sin död, så åtminstone en stor utmaning.

1 Inledning	1
2 Syfte och frågeställningar	2
3 Bakgrund	3
3.1 Dagstidningens död, faktum eller nonsens?	3
3.2 Internet är största hotet	3
3.3 Dagspressens framtid	4
3.4 Svenska tidningsmarknaden i siffror	5
3.5 Förändrade villkor för tidningsbranschen	6
3.6 Dagstidningens roll i samhället	7
4 Teori	9
4.1 Attityder	9
4.1.1 Kognitiv Dissonans	10
4.1.2 Upplevd självbild	11
4.2 Uses and gratifications	12
4.3 McLuhan – the medium is the message	14
5 Metod	16
5.1 Val av metod	16
5.2 Avgränsningar	17
5.3 Population och urval	17
5.4 Utformning av enkäten	18
5.5 Analys av data	20
5.6 Problem med undersökningen	21
6 Resultat och analys	23
6.1 Värmländska ungdomarnas attityder till dagstidningar i allmänhet och lokaltidningar i synnerhet	23
6.1.1 Hur tar ungdomarna del av nyheter idag?	23
6.1.2 Lokaltidningens målgrupp	25
6.1.3 Ungdomars intresse av att ta del av nyheter	26
6.1.4 Tidning på nätet eller i pappersform?	27
6.1.5 Attityder till den lokala tidningen	27
6.2 Värmländska ungdomars attityder till lokaltidningen i framtiden	28
6.2.1 Prenumerera på någon lokaltidning i framtiden	28
6.2.2 Betalningsvilja för lokaltidning på nätet	31
6.2.3 Papperstidningens framtid	31
6.2.4 Hur tror dagens unga att de tar del av nyheter om tio år?	32
6.3 Finns det något samband mellan den sociala och etniska bakgrunden och attityden till dags- och lokaltidningar?	34
7 Diskussion	35
7.1 Reflektioner kring resultatet	35
7.2 Reflektioner kring arbetet	38
Litteraturlista	41
Elektroniska källor	42
Bilaga 1	44

1 Inledning

Det talas mycket om att de traditionella dagstidningarna är på väg att försvinna till förmån för andra medier. Tidningar på Internet och gratistidningar växer sig allt starkare och beskrivs ofta som de största hoten mot de tryckta dagstidningarna. Aftonbladets nätupplaga besöks varje dag av över 2 miljoner besökare¹, detta kan jämföras med papperstidningen som distribueras i 439 000 exemplar och beräknas nå 1,4 miljoner läsare.² Men har de tryckta dagstidningarna spelat ut sin roll i dagens samhälle där vi kan få nyheter när som helst genom mobilen, teven, radion och webben?

Utvecklingen går hela tiden framåt och gammal teknik ersätts med ny. Trots detta anses de traditionella dagstidningarna av många vara värda att hålla fast vid. Dagstidningen har traditionellt setts som en viktig byggsten i vår demokrati. Tidningarna har inte endast som uppgift att skildra nyhetshändelser opartiskt och korrekt utan även att vara en plats där åsikter förs fram för att väcka debatt. I dagens samhälle när tillgången på information är större än någonsin behövs journalister som kan välja ut vad som är viktigt och göra informationen begriplig. Tidningen som medium är långsammare än de moderna medierna vilket innebär att det finns mer tid till fördjupning och eftertanke, både för journalisterna och för läsarna.

Statistiken visar att dagstidningarnas totala upplaga sjunker och antalet dagstidningar blir allt färre. Det är framförallt de yngre generationerna som har övergett dagstidningen, för att återväxten ska vara god måste även de yngre generationerna börja läsa tidningen, annars spås en dyster framtid för dagstidningarna. Med anledning av detta fick vi i uppdrag av Tidningen i Skolan³ Värmland/Dalsland att göra en enkätundersökning bland värmländska ungdomar för att ta reda på deras attityder till dagstidningar och vad det tror om tidningens framtid.

Att ta reda på ungdomarnas attityder och tro om framtiden är mycket betydelsefullt för dagstidningarna eftersom ungdomarna är framtidens prenumeranter och konsumenter. Tycker

¹ *Aftonbladet*, hämtad 2007-05-08 från URL:

http://koncernen.aftonbladet.se/aftonbladet_se/webbplatsen_i_siffror/

² *Aftonbladet*, hämtad 2007-05-08 från URL: http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/tidningen_i_siffror/

³ Tidningen i Skolans (TiS) är enligt deras webbplats (www.tidningeniskolan.se) en organisation vars uppgift är att hjälpa skolan med undervisning om och med dagstidningar på alla nivåer, från förskola till vuxenutbildning, i praktiskt taget alla ämnen. Bakom Tidningen i Skolan står Tidningsutgivarna och dess medlemmar, Sveriges dagstidningar.

ungdomarna att tidningen är dålig, eller förväntar de sig att tidningen kommer att försvinna, behöver tidningsföretagen kanske tänka om och satsa på nya medieformer.

2 Syfte och frågeställningar

Syftet med uppsatsen är att ta reda på vilka attityder som finns bland de värmländska ungdomarna till dagstidningar, etermedia, och webbnyheter, men framförallt lokaltidningar. Däröver vill vi veta vad dessa ungdomar tror om dagstidningens framtid samt hur respondenterna uppskattar sin framtida mediekonsumtion.

- Vilka attityder har värmländska ungdomar till dagstidningar i allmänhet och lokaltidningar i synnerhet?
- Vad tror de värmländska ungdomarna om tidningens framtid?
- Finns det något samband mellan den sociala och etniska bakgrunden och attityden till dags- och lokaltidningar?

3 Bakgrund

Det råder skilda meningar om huruvida dagstidningarna är på väg att försvinna för alltid eller om de kommer att behålla sin ställning på marknaden. Konkurrensen från framförallt Internet och gratistidningar spås av vissa ta död på den prenumererade dagstidningen. Andra menar att tidningen är så pass djupt rotad i vårt samhälle att den kommer att stanna en lång tid framöver.⁴

3.1 Dagstidningens död, faktum eller nonsens?

Profetior om dagstidningarnas annalkande död är inget nytt. Lennart Weibull skriver följande i sin doktorsavhandling *Tidningsläsande i Sverige* från 1983.

Press i kris har det talats mycket om under 1970-talet. Det statliga presstödet har vuxit. Lokalradio och TV har konkurrerat med dagspressen om allmänhetens intresse. Det har påståtts att ungdomen håller på att överge dagstidningarna. Det har funnits många frågor om dagspressens situation men betydligt färre svar.⁵

Orosmolnen inom tidningsbranschen idag är inte i första hand det ökade lokalradio- och teveutbudet, även om införandet av kommersiellt finansierad privatägd teve och radio i början av nittioalet fortfarande nämns som hot mot dagspressen. Under nittioalets första hälft försvagades tidningsmarknaden bland annat på grund av lågkonjunktur. Till detta lades sedan en tuffare konkurrens från utländska bolag och från de nya gratistidningarna.⁶

3.2 Internet är största hotet

Det som målas upp som det största hotet mot dagstidningarnas överlevnad i dag är framför allt Internet. 2005 hade 74 procent av de svenska hushållen tillgång till Internet hemma.⁷ Samma år angav 39 procent av befolkningen att de använder Internet för att ta del av

⁴ Bergström Annika "Om tidningsläsande på Internet" i *Tryckt*. Red. Wadbring & Weibull; Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 175.

⁵ Weibull Lennart *Tidningsläsande i Sverige. Tidningsinnehav, tidningsval, läsarvanor*. Stockholm Liber förlag, 1983 Pärmen

⁶ Weibull Lennart "Svensktmedielandskap i förändring" i *Tryckt*, Red. Wadbring & Weibull; Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet 2000, sid. 25.

⁷ *Nordicom mediestatistik*. Hämtad 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/824_9400_PcInternet_access_1995-2005.xls

nyheter.⁸ Allra störst är Internetanvändningen bland unga människor. Dock är skillnaden mellan åldrarna inte är särskilt stor. En genomsnittlig dag 2005 använde 54 procent av Sveriges 15-24-åringar Internet. Värt att notera är att hela 34 procent av barnen mellan 9 och 14 år använde Internet den genomsnittliga dagen.⁹

En undersökning gjord bland Karlstad universitets studenter 2002 visar att 85 procent av studenterna använde Internet dagligen och övriga 15 procent uppgav att de använde Internet varannan dag. Hela 55 procent av de tillfrågade läste en nättidning varannan dag eller oftare, 20 procent läste till och med en tidning på nätet fler gånger per dag. Studenterna som deltagit i undersökningen ansåg dock att nättidning var ett bra komplement till papperstidningen, 61 procent angav detta svarsalternativet. 25 procent tyckte dock att nättidningen ersatte papperstidningen, bara tre procent tyckte att nättidningar var dåliga.^{10 11}

3.3 Dagspressens framtid

Historiskt sett har den Svenska dagspressen hållit en stark ställning under hela 1900-talet och Sverige är fortfarande ett av de tidningstätaste länderna i Europa. Tidningsbranschen har trots konkurrens från andra medier klarat sig bra, men hur går det för dagstidningarna i framtiden?¹²

Den nya utvecklingen mot alltmer digitaliserad media med ökad interaktivitet, behöver inte ses som tidningarnas förmodade död utan som deras framtid menar Martin Jönsson i en artikel ur Svenska Dagbladet från 2006. Vad författaren påstår är att publiken inte bryr sig så mycket om genom vilken form de tar del av media, eller hur pengaströmmarna och ägarstrukturen ser ut. Därför behöver de traditionella tidningsföretagen följa med i utvecklingen istället för att krampaktigt hålla kvar vid pappersformatet.¹³

⁸ *Nordicom mediestatistik*. Hämtad 2007-05-18 från URL:
http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/830_9530_internetpurpose_Eurostat_2003-2005.xls

⁹ *Nordicom mediestatistik*. Hämtad 2007-05-18 från URL:
http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/828_9510_internetuse_sexage_1998-2005.xls

¹⁰ Nilsson, Eva och Wallin Kajsa *Dagstidningar på nätet – gratis eller betaltjänst*. Examensarbete Karlstads universitet, 2002

¹¹ Studiens urval var begränsat. Resultatet med största sannolikhet inte statistiskt säkerställt.

¹² Weibull Lennart och Wadbring Ingela "Att studera dagspressen i Sverige – utgångspunkter" i *Tryckt*, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 11.

¹³ Jönsson Martin, "Dödsmissa för tidningsbranschen", *Svenska Dagbladet* 2006-08-26 sid. 62

I en artikel ur Sydsvenska från november 2006 kan man läsa att Wall Street spår den traditionella dagstidningens undergång på den amerikanska marknaden. På grund av tuffa lönsamhetskrav och att hela aktiemarknaden misstror branschen är det tufft för de amerikanska tidningsföretagen att fortsätta att vara lönsamma. I Sverige har inte börsen lika stor betydelse för tidningsmarknaden, men trots detta spår artikelförfattaren en liknade utveckling här i Sverige.¹⁴

Tidningen The Economist har gjort en granskning av tidningsbranschen. Den presenterades under rubriken "Vem dödade dagstidningen?". The Economist besökte norska tidningsföretaget Schibsteds som bland annat äger SvD och Aftonbladet, Schibsteds beskrivs som ett av de få tidningsföretag som lyckats växa både på webben och i pappersform, och dessutom tjänat pengar på det. När Alan Rusbridger, chefredaktör för The Guardian, ombads kommentera detta hos BBC var hans slutsats tydlig: "Alla kommer inte att överleva. Det kanske kommer att bli omöjligt att trycka tidningar på papper." Men han lade till, "det kommer alltid att finnas en marknad för journalistik."¹⁵

3.4 Svenska tidningsmarknaden i siffror

När det kommer till den svenska tidningsmarknaden talar statistiken sitt tydliga språk. Dagspressens upplaga har under de senaste tjugofem åren sjunkit stadigt. Från 1980 fram till 2005 har dagstidningarnas totala upplaga på vardagar sjunkit med 897 000 exemplar. Det motsvarar en minskning på 18 procent.¹⁶ I Stockholm hade Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet tillsammans en täckning på runt 80 procent på 70-talet, dagens siffra ligger ner mot 50 procent.¹⁷

Nedgången har under de senaste åren bromsats upp något, men det är fortfarande för tidigt att kunna uttala sig om att nedgången skulle vara bruten. Forskning från Dagspresskollegiet vid

¹⁴ Pehrson Lennart, "Wall Street spår dyster tidningsframtid" *Sydsvenskan* 2006-11-19 sid. 18

¹⁵ Jönsson Martin, "Dödsrätt för tidningsbranschen", *Svenska Dagbladet* 2006-08-26 sid. 62

¹⁶ *Nordicom Mediestatistik*. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/652_1030_Dagstidningsupplaga_vardagar_1980-2005.xls

¹⁷ Johansson Mats, "Massförstörelse hotar Sveriges medielandskap" *Svenska Dagbladet* 2006-05-10 sid. 68

Göteborgs universitet visar dock att svenskarnas intresse av att läsa tidningar är fortsatt högt, vilket utgör en stabil grund för framtiden.¹⁸

Men trots nedgång för upplagesiffrorna är tillgången på en dagstidning i de svenska hushållen fortfarande stor. 74 procent av svenska folket har tillgång till en prenumererad dagstidning, sedan 1996 har siffran aldrig sjunkit under 71 procent. Det är vanligast att äldre människor har en prenumererad dagstidning, i åldersgruppen 65-79 år hade hela 87 procent tillgång till en prenumererad dagstidning. Bland 45-64 åringarna; 81 procent, medan siffran låg runt 64 procent för människor under 45 år.¹⁹

3.5 Förändrade villkor för tidningsbranschen

I konkurrensen om publiken har dagspressen anpassat sig till det nya medielandskapet. Ägandet, försäljningen, produktionen samt tidningarnas utbud och innehåll har förändrats. En av trenderna går mot mer läsarvänliga tidningar där läsaren sätts i centrum och där tidningarna försöker skapa en dialog med läsaren. Ett annat led i utvecklingen är att många tidningar startar egna tevekanaler, under 2005 startade både Sportexpressen, som ägs av tidningen Expressen, och DiTV som tidningen Dagens Industri står bakom.²⁰

Sjunkande upplagesiffror får också sina konsekvenser på tidningsredaktionerna.

Personalstyrkan har på många tidningar dragits ner, reportrarna får ofta ta sina egna bilder och ibland även redigera materialet. För att anpassa sig till de nya villkoren på tidningsmarknaden har många tidningar gjort försök att modernisera tidningarna. Ett exempel på detta är att många tidningar valt att byta från fullformat till ett mindre tabloidformat. 1966 var endast ett par procent av de svenska landsortstidningarna i tabloidformat men procentsiffran har blivit allt högre; 1998 var hälften av alla landsortstidningar i tabloidformat.²¹

Men den främsta insatsen för att anpassa sig efter dagens villkor bland dagstidningarna har under det senaste årtiondet varit att införa en nätupplaga som komplement till

¹⁸ *Medieutveckling 2006*, Red. Bengtsson Eva Haninge: Radio och teveverket, Sid. 66-67

¹⁹ *Nordicom Mediestatistik*. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/738_1410_Prenumeration_dagstidn_1996-2005.xls

²⁰ *Medieutveckling 2006*, Red. Bengtsson Eva Haninge: Radio och teveverket, Sid. 59

²¹ Weibull Lennart "Svenskt medielandskap i förändring" i *Tryckt*, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 31-32.

pappersupplagan. Idag har nästan alla traditionella tidningar hela eller delar av tidningen tillgänglig på nätet. Problemet har för många varit finansieringen, då de allra flesta tidningarna på nätet är gratis för användarna. Intäkterna tas i stället från annonsörer, men många tidningar går fortfarande med förlust på sin nätupplaga. Trots ekonomiska nackdelar fortsätter tidningsföretagen med motiveringen att det är en framtidsmarknad man inte vill missa.²²

3.6 Dagstidningens roll i samhället

Om nu tidningen är på väg att dö ut, är det någonting vi behöver oroa oss för? Självklart skulle en utdöende tidning innebära katastrof för tidningsbranschen och dess anställda, om man inte kunde hitta andra former att bedriva journalistik på. Men hur blir det för oss konsumenter? Dagstidningen har traditionellt setts som en viktig byggsten i det demokratiska samhället. Men vad har tidningen som andra medier som teve, radio och Internet saknar?²³

Det offentliga samtalet där åsikter, kunskaper och erfarenheter kan delas är enormt viktigt för demokratin. Medierna är ofta den plats som får utgöra arenan för det offentliga samtalet. Medierna behövs för att man som medborgare ska kunna tillgodose sig med den information man behöver. Mediernas uppgift är dessutom att påverka den politiska dagordningen och granska den offentliga maktutövningen.²⁴

Frågan är om de nya medierna gjort det lättare att göra sin röst hörd. Vissa hävdar motsatsen. Mångfalden i mediedistributionen motsvarar inte lika stor mångfald i perspektiv när det gäller skildringar av verkligheten och framförandet av åsikter. Konkurrensen på den nya mediemarknaden leder till ett uppskruvat tempo som i många fall inte går hand i hand med den goda journalistikens krav på källkritik.²⁵

²² Bergström Annika "Om tidningsläsande på Internet" i *Tryckt*, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 179.

²³ Bergström Hans "Tidningen bär svensk demokrati" i *Tryckt*, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 69.

²⁴ *En uthållig demokrati*. Statens offentliga utredningar 2000:1, sid 76

²⁵ Ibid

²⁵ Bergström Hans "Tidningen bär svensk demokrati" i *Tryckt*, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 69.

Hans Bergström, chefredaktör på Dagens Nyheter, ger sin syn på dagstidningens roll i ett kapitel ur boken Tryckt – tjugo kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet. Bergström menar att mediet som sådant har betydelse för hur publiken uppfattar innehållet. Han anser att tevebilden alstrar en omedelbar känslöström, till skillnad från texten som han menar är logisk till sin natur. När man läser inbjuds läsaren att tänka vidare och tolka innehållet vilket skapar en sorts interaktivitet. Vidare menar Bergström att teve skapar en typ av dramaturgi som gör det svårt för tittarna att ta till sig budskapet och förstå det på samma sätt som om man läst det i en tidning. Vad det gäller Internet anser Bergström att Internet inte är något massmedium och därför aldrig kan ersätta den breda allmäntidningen. Däremot tycker han att Internet är ett utmärkt forum för informationssökning och kommunikation, men att det leder till en fragmentering som i slutändan blir till isolering.²⁶

Som ett av de viktigaste argumenten för dagstidningens betydelse anger Hans Bergström att tidningen som avsändare är viktig. I en värld där tillgången på information är enorm behövs journalister som sorterar och gör informationen begriplig. Bergström är dock medveten om att dagens tidningar inte alltid lever upp till kraven på god sortering och tolkning. Bergström menar också att produktionssituationen på en tidningsredaktion skiljer sig fundamentalt från teve, radio och snabba nyhetstjänster på nätet där tiden är nyckelordet. Det långsammare tempot i tidningsbranschen gör att journalisterna har mer tid att lägga ner på tolkningar, perspektiv, etc. Men tidningarna har inte som enda viktiga mål att förmedla en korrekt och opartisk bild av händelser runt om i världen. I tidningar finns också plats för åsikter för att väcka debatt. Dagspressen har genom historien varit bidragit till att forma samhället vi lever i och de människor vi blivit. En fri press är viktig för det demokratiska samhället.²⁷ Men är dess form lika viktig som sin funktion? Mikael Timm kommenterar;

*Varför tycker vi att just dagstidningar ska finnas kvar när vi ersatt allt annat från 1800-talet med nya produkter? Egentligen är den stora nationella tidningen en relik. Murvlar och dagstidningar är lika otidsenliga som kvastfeningar.*²⁸

²⁶ Bergström Hans ”Tidningen bär svensk demokrati” i Tryckt, Red. Weibull & Wadbring Göteborg: JMG/Dagspresskollegiet, 2000, sid. 69.

²⁷ Ibid, sid 78

²⁸ Ibid, sid 70

4 Teori

4.1 Attityder

Hur kunde till synes helt normala och välanpassade familjefäder ta livet av tusentals judar och oliktankande på dagen och sedan sitta ner med sin familj vid middagsbordet på kvällen? Efter andra världskriget uppkom flera frågor om människans psyke som tidigare inte undersökts – attitydbildande och attitydförändring, lydnad och gruppåverkan aktualiserades. Detta utvecklades sedan till det nya forskningsfältet socialpsykologi.

En attityd är, enligt psykologin, en positiv eller negativ bedömande reaktion mot ett stimulus, det kan vara till exempel en person, en händelse, ett objekt, eller ett koncept.²⁹ Attityder är en del av det system som bygger identitet och jag-känsla.

Attityder är en del av vårt beteendesystem som också innefattar personlighet. För en betraktare kan det vara svårt att särskilja vad det är som orsakar ett givet beteende, attityd eller personlighet. Till viss del är de två oskiljaktliga. Men psykologer använder termen personlighet för att beskriva distinkta och, över tid, relativt fasta tanke-, känslö-, och beteendemönster som karakteriserar en persons respons på livssituationer.³⁰ Attityder förväntas vara mer formbara och föränderliga, och också mer applicerbara på sociala situationer och individens sociala tänkande. Attityder hjälper oss att definiera vår identitet och vägleder våra handlingar, samtidigt som de påverkar hur vi bedömer vår omvärld.

Hur våra attityder påverkar vårt beteende regleras av tre faktorer.

1. Attityders påverkan på vårt beteende försvagas när omständigheter som motsäger våra attityder är starka. Alltså kan till exempel gruppsytryck få oss att begå handlingar som inte överensstämmer med våra värderingar. En individ som inte kan föreställa sig begå våldsamma handlingar mot medmänniskor kan i en folkmassa begå handlingar som går stick i stäv med den övertygelsen.
2. Attityders påverkan stärks när vi är medvetna om dem och när de är internaliserade och associerade med en stark övertygelse. Om vi innan vi handlar påminns om våra

²⁹ Passer & Smith *Psychology*, New York: McGraw-Hill, 2001. Sid. 618

³⁰ Ibid. Sid. 442

värderingar ökar konsekvensen mellan attityd och handling. I en valspurt behöver politikern inte prata så mycket om reformer och valfläsk, däremot är det viktigare att påminna människor om värdet av att stå enade bakom en stark ledare som delar väljarnas värderingar om demokrati och rättvisa.

3. Generella attityder förutsäger generella typer av beteenden, specifika attityder förutsäger specifikt beteende.³¹

Dessa faktorer hjälper oss att förklara hur diskrepansen mellan uttalad attityd och beteende kan uppenbaras. Under rätt förutsättningar styr alltså våra attityder våra handlingar. Men det är inte bara ett rakt kausalt samband, det mänskliga attityd-systemet kan påverkas av de faktiska handlingarna vi utför. Konsekvens mellan attityd och handlande är inte enkelriktat. Vi utvecklar eller justerar våra attityder för att matcha våra handlingar. Den första anledningen till självjusterade attityder är kognitiv dissonans.

4.1.1 Kognitiv Dissonans

Teorin om kognitiv dissonans lanserades redan 1957, av Leon Festinger. Den formulerades på följande vis: ”människor strävar efter överensstämmelse mellan sina kognitioner” – tankar, känslor, föreställningar, och många fler högre hjärnfunktioner.³² När två eller flera kognitioner motsäger varandra upplevs en känsla av obehag – kognitiv dissonans. Festinger likställde denna obehagskänsla med andra så kallade ”negative drive states” – hunger, köld, trötthet. När vi upplever obehag börjar vi justera vårt beteende för att minska obehaget, är vi hungriga försöker vi få tag på föda, är vi trötta försöker vi hitta en säker plats att sova på. På samma sätt kommer det psykiska obehaget att resultera i en motivation att minska dissonansen. Festingers teori förutsäger att människan bör ändra en av sina kognitioner eller lägga till nya för att uppnå balans och samstämmighet. Ett vanligt exempel för att förklara kognitiv dissonans är rökning. Eftersom en överväldigande majoritet av rökare har fått information om att rökning anses skadligt, det står numera till och med på paketen, återstår att förklara varför rökare fortsätter med ett självdestruktivt beteende. Teorin om kognitiv dissonans ger flera förklaringsmodeller; rökaren kan modifiera en tidigare åsikt, ”jag är rökare, men jag röker inte så mycket – då är faran försumbar” eller ”jag litar mindre och

³¹ Ibid. Sid. 619

³² Ibid. Sid. 620

mindre på läkare.” Personen kan också lägga till nya kognitioner; ”det är nog bara nikotintuggummitillverkarna som vill sälja sin vara.” På detta sätt kan en människa för andra, och inte minst för sig själv, rättfärdiga och rationalisera impopulära handlingar eller beteenden som strider mot ens egna känslor och uppfattningar.

Två saker är värda att notera i samband med kognitiv dissonans. Det första är att dissonansen bara uppstår om personen ifråga uppfattar sitt handlande som frivilligt. Om vi upplever tvång minskar sannolikheten för att vi ska ändra den ursprungliga attityden. Ett exempel här skulle kunna vara trafikregler, att hålla hastighetsbegränsningen är något vi gör av rädsla för böter, och vi upplever det inte som frivilligt. Därför tycker samtidigt de flesta förare att de kan tumma lite på reglerna.

Det leder vidare till den andra särskilda aspekten, människor kan reducera dissonans med hjälp av externa omständigheter för att rättfärdiga beteenden. I en skandinavisk undersökning om alkoholvanor rättfärdigade människor som drack trots att de hade negativa attityder angående alkohol sitt beteende med resonemanget att även om de inte var perfekta så var ”andra människor ändå värre”.³³

4.1.2 Upplevd självbild

Den andra teorin om självjusterande attityder är upplevd självbild. Självbildsteorin använder sig inte av en modell där personen upplever en obehaglig känsla. Där kognitiv dissonans förklarar attitydskapande med ett så kallat ”negative drive state”, är självbildsmodellen baserad på egenobservation. På samma sätt som vi förväntar oss att en annan person som lägger ner stor energi på ett beteende som ska uppnå ett givet mål också ska värdera målet högt, bör vi dra slutsatser om vår inställning genom att observera vårt eget beteende. Självbildsteorin menar helt enkelt att vi skapar attityder efter hand som vi behöver dem.³⁴

Vilken av dessa teorier som bäst beskriver attityd är fortfarande inte helt fastställt. Men en fördel för teorin om kognitiv dissonans är att den förutsätter en viss fysiologisk upphetsning vid motsägelsefullt beteende. Sådana mätningar har också gjorts. Båda teorierna är dock

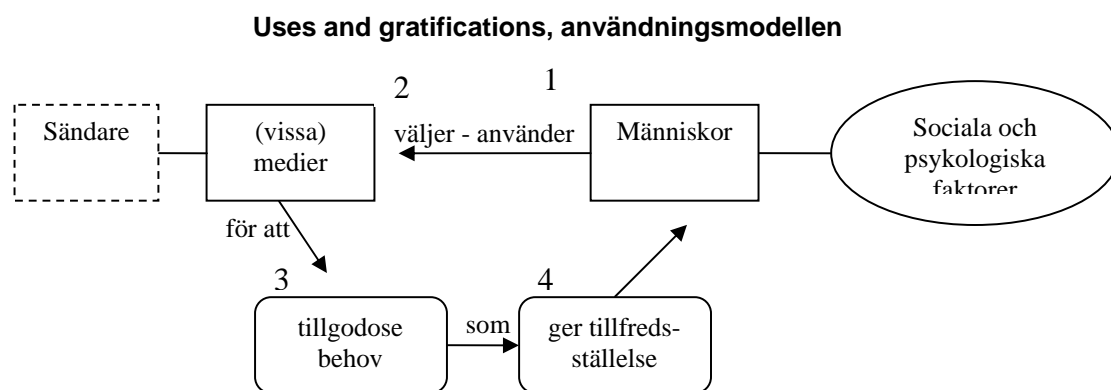
³³ Ibid. Sid. 620

³⁴ Ibid. Sid. 621

överens om att likaväl som våra attityder påverkar vårt beteende så kan vårt beteende också påverka våra attityder.

4.2 Uses and gratifications

Uses and gratifications är ett sätt att förstå och tolka publiken i medieforskning. Modellen utgår ifrån att människor har vissa behov som tillfredställs genom att de använder bestämda medier. Två antaganden är centrala för modellens förespråkare. För det första ses användarna som aktiva och fritt väljande mellan olika medieformer och kanaler för att tillgodose sitt informationsbehov. Det är på så vis upp till individen att avgöra om det ska ske någon kommunikation överhuvudtaget. Det andra antagandet går ut på att det är användaren som avgör vilken effekt mediet har utifrån hur viktig och användbar innehållet i mediet är.³⁵ Modellen kan illustreras enligt nedan.



Figur 4.1 Användningsmodellen

Traditionellt sett har man inom medieforskningen betraktat publiken som passiv. Fokus har legat på sändaren och publiken har som genom en injektionsnål påverkats av budskapen. I och med att uses and gratifications teorin utvecklades förändrades denna syn. Den som först beskrev det nya synsättet var Elihu Katz (1959). Han ville vända på den gamla synen på publiken inom medieforskningen och hans mest kända citat blev följande.³⁶

”ask not what media do to people, but ask what people do with the media.”³⁷

³⁵ Larsåke Larsson *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, Lund: Studentlitteratur, 2001. Sid. 42.

³⁶ Severin & Tankard *Communication Theories*, White Plains N.Y: Longman, 1992. Sid. 269-270

³⁷ Severin, Verner J. & Tankard Jr. James W. *Communication Theories: Origins, Methods, Ands Uses In The Mass Media*. White Plains N.Y: Longman, 1992, sid. 270

I en sammanställning av empiriska studier som gjorts med Uses and Gratification har Blumler, Katz & Gurevich, kommit fram till en teori inom området:

”(1) the social and psychological origins of (2) needs, which generate (3) expectations of (4) the mass media or other sources, which lead to (5) differential patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in (6) need gratifications and (7) other consequences, perhaps mostly united ones. “³⁸

De menar alltså att individen aktivt söker upp det medium som bäst tillfredställer dess behov som har ett socialt och psykologiskt ursprung.

Grunden till uses and gratifications teorin ligger i de behov och motiv användaren har. Det är i sin tur dessa behov som styr vilket medium användaren väljer och vad han får ut av det.

Blumler och Katz (1974) har tagit fram fyra huvudsakliga behov som tillfredställs genom att människor tar del av medier.³⁹

1. Förströelse – en form av känslomässig frigörelse från vardagens krav.
2. Personliga relationer – gemenskap genom personer och karaktärer i televisionens utbud, och ett socialt utbyte genom att diskutera utbudet med andra.
3. Identitetsskapande – möjligheten och tillfället att jämföra sitt liv med karaktärer och situationer i utbudet, och därigenom utforska egna problem och perspektiv.
4. Övervakning – ett jämnt flöde av information om vad som händer i omvärlden.

³⁸ Ibid. Sid 272

³⁹ O` Sullivan Tim, Dutton Brian & Rayner Philip *Studying The Media*, London: Arnold/Hodder Hedline Group, 2003, Sid. 118

4.3 McLuhan – the medium is the message

Marshall McLuhan var litteraturprofessor och kommunikationsforskare som framförallt verkade på 1960-talet.⁴⁰ Hans teorier har inte alltid varit helt okontroversiella och hans anspråk på att kunna förklara hela medietvecklingen gjorde honom mycket omdebatterad. Den medietveckling som skett under de senaste decennierna, har gjort att hans teorier har aktualiserats igen.⁴¹

McLuhans syn på begreppet media skiljer sig en aning från vad man brukar tänka på när man hör ordet. Enligt Bonniers Svenska Ordbok är ett medium en kanal för ett meddelande. Ett massmedium beskrivs som ”medel för enkelriktad och lättgänglig kommunikation med många mottagare, till exempel press, radio och tv”.⁴² Enligt McLuhan däremot är media en utbyggnad av människokroppen. Radion skulle då vara en utbyggnad av örat och boken en utbyggnad av ögat. Varje ny teknik som utvecklas är på så sätt en förlängning av de mänskliga sinnena och dessa skulle inte ha utvecklats om de inte vore till fördel för människan.⁴³

Enligt McLuhan är det inte mediernas innehåll som är det viktiga utan deras teknologiska former. Dessa tankar har McLuhan samlat under hans mest kända devis: ”The medium is the message” eller på svenska ”mediet är budskapet”.⁴⁴

“[not] within issues connected to cultural content, but in the technical medium of communication. The medium is the message.”⁴⁵

Enligt Marshall McLuhan bör man alltså söka efter mening inte i budskap, utan i det medium som förmedlar dem. Varje medium bär på så sätt på sin egen berättarform. Massmediernas sätt att skildra världen är förutbestämt av den teknik som bär fram själva budskapet. Och mediet har betydelse för de budskap som

⁴⁰ Wikipedia. Hämtat 2007-05-14 från URL: <http://sv.wikipedia.org/wiki/McLuhan>

⁴¹ Siesing Andreas *McLuhan i Internetåldern* D-uppsats Karlstads universitet, 2005

⁴² Györki, Inrene; Malmström Sten; Sjögren Peter A (8:e uppl. 2002) Bonniers Svenska Ordbok. s 356-358.

⁴³ McLuhan, Marshall *Media*. (Richard Matz övers.) Stockholm: Norstedts/Tranan/Pocky, 1964, Sid. 9

⁴⁴ Ibid. Sid. 10

⁴⁵ Stevenson Nick. *Understanding media cultures*. London.: SAGE Publications, 2002. Sid. 121

kommer fram. Till exempel kräver tevediet att det finns tillgång på rörliga bilder, en lång artikel en dagstidning ger en djupare bild av ett problem än ett kort inslag på nyheterna i teve. Det betyder dock inte att massmedierna skulle vara dömda till ett visst innehåll. Formen och tekniken utgör bara en yttre gräns, men inom gränsen rymms en rad olika berättelser och verklighetsbilder.⁴⁶

⁴⁶ Bengtsson Jesper *Mäktiga medier, mager demokrati*. Stockholm: Bilda förlag, 2001, Sid. 23

5 Metod

5.1 Val av metod

Surveyundersökningar är vanligen den bästa metoden för att studera attityder och beteenden hos en grupp människor som inte går att observera direkt.⁴⁷ Då vi ville studera ungdomars attityder till dagstidningen och deras tankar om dagstidningens framtid lämpade sig en enkätundersökning bäst efter som vi omöjligt kunde studera detta fenomen genom så kallade etnografiska observationer. Ett annat alternativ hade varit att göra en kvalitativ studie genom personliga intervjuer eller fokusgrupper, resultatet hade då säkerligen blivit annorlunda med djupare analyser, men å andra sidan hade vi med all säkerhet inte kunnat uttala oss om hela populationen.⁴⁸

Den typ av enkätundersökning vi valt att genomföra är så kallade gruppenkäter.

Gruppenkäten är vanlig i skolor och andra sammanhang då flera människor är samlade och lätt kan nås med enkäten.⁴⁹ I vårt fall åkte vi ut till de klasser som ingick i urvalet och då fick representera populationen. Var och en i klassen fick sedan enskilt fylla i enkäten och sedan samlade vi enkäterna.

Genom att genomföra gruppenkäter som eleverna fick fylla i under lektionstid minskade vi risken för ett stort externt bortfall som fallet hade varit om vi via post skickat enkäten till dessa ungdomar. Risken vid gruppenkäter är i stället ett stort internt bortfall, eftersom eleverna kan känna sig tvungna att svara, men inte har lust och då väljer att inte svara på alla frågor. Detta försökte vi förebygga genom att innan vi delade ut enkäten redogöra för hur viktigt det är att alla tar sig tid att fylla i enkäten ordentligt och förklara syftet med undersökningen. Genom att ungdomarna svarar på enkäten i klassrummet har vi också kontroll över att det är just de personer som är avsedda att fylla i enkäten som också gör det.

⁴⁷ Johansson Bengt "Surveyundersökningar" i *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Red. Ekström Mats & Larsson Larsåke Lund: Studentlitteratur, 2000, Sid. 79

⁴⁸ Det visade sig dock praktiskt omöjligt att få ett representativt urval som med statistisk säkerhet kunde uttala sig om alla inom populationen. Läs mer om detta under urval.

⁴⁹ Johansson Bengt "Surveyundersökningar" i *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Red. Ekström Mats & Larsson Larsåke Lund: Studentlitteratur, 2000, Sid. 78

5.2 Avgränsningar

Vi har valt att endast studera vad gymnasieungdomar i Värmland anser om dagstidningar. Dessa tror vi är en bra grupp att studera eftersom de i den åldern börjar fundera på framtiden och attityder inte ännu hunnit bli vanor som är svåra att reflektera över.

Vi har valt att avgränsa oss till de värmländska lokaltidningarna dels för att göra enkäten mer sammanhållen och fokuserad, bland annat därför att det är de värmländska dagstidningarna som står bakom organisationen som gett oss i uppdrag att genomföra denna enkätstudie.

För att studera ungdomarnas attityder har vi valt att göra en kvantitativ enkätstudie i ett antal utvalda gymnasieklasser. För att fördjupa bilden skulle man även kunnat göra en kvalitativ studie med djupintervjuer eller fokusgrupper, men vi ansåg att vi inte skulle hinna med det.

5.3 Population och urval

Den grupp vi ville uttala oss om, vår population, är ungdomar i Värmland. Men för att avgränsa denna mycket stora och något diffusa grupp valde vi att endast titta på ungdomar som går i gymnasiet på någon av de värmländska gymnasieskolorna. Det finns 23 stycken gymnasieskolor i Värmland⁵⁰ med 11 512 elever.⁵¹

Vi bedömde att ett rimligt antal enkäter skulle vara minst 200 stycken och som mest 250 stycken för att materialet ska bli tillräckligt utan att det blir för omfattande att bearbeta inom tiden för uppsatsen. Detta skulle betyda ca 10 skolklasser med 20-25 elever i varje.

Vår önskan var att göra ett slumpmässigt urval för att kunna generalisera svaren, men eftersom urvalet på tio klasser var så litet fanns risken att urvalet skulle bli snedvridet och hela populationen inte representerad.

Vi ville få en geografisk spridning på urvalet, alltså en klass från norra Värmland, en från någon av de Värmländska bruksorterna, några från Karlstad och några från de mellanstora orterna. Vi ville också få en spridning bland de olika gymnasieprogram som finns med både

⁵⁰ *Värmland*. Hämtat 2007-04-03 från URL:<http://www.varmland.se/gy/index.asp?id=1917&typ=>

⁵¹ *Skolverket*. Hämtat 2007-05-23 från URL: <http://www.skolverket.se/content/1/c4/89/18/Gymnasieskolan%20-%20Elever%20-%20L%E4nsniv%E5%20-%20Tabell%201.xls>

yrkesinriktade program och studieförberedande. Vi ville också att könsfördelningen skulle bli så jämn som möjligt.

För att uppnå denna spridning på urvalet ansåg vi att ett icke-slumpmässigt urval var det enda alternativet. Den form av icke-slumpmässigt urval vi använt oss av är ett så kallat strategiskt urval för att förvissa oss om att få en variation i svaren och den spridning i urvalet vi önskade. Nackdelen med ett strategiskt urval är att man i statistisk mening inte kan uttala sig om hela populationen. Men vi tror ändå att undersökningen kommer ge en klar bild av vad populationen tycker.⁵²

De klasser vi valde ut blev enligt följande:

Kommun	Gymnasieskola	Program
Arvika	Solbergagymnasiet	Samhällsprogrammet och estetiska programmet
	Taserudsgymnasiet	Omvårdnadsprogrammet
Karlstad	John Bauer Gymnasiet	IT-programmet
	Älvkullen	Naturvetenskapliga programmet
	Tingvalla	Naturvetenskaplig programmet
Hammarö	Hammarö utbild. center	Barn och fritid
Kristinehamn	Brogårdsgymnasiet	Handel och administrationsprogrammet och teknikprogrammet
Munkfors	El och stålgymnasiet	El- och stålprogrammet
Torsby	Stjerneskolans	Mediaprogrammet
		Hotell och restaurangprogrammet

5.4 Utformning av enkäten

För att ta reda på vad ungdomar har för attityder till dagstidningar, och främst lokaltidningar, samt vad de tror om deras framtid valde vi att dela in enkäten i tre delar (Se bilaga 1).

I den första delen som vi valt att kalla för ”bakgrund” vill vi till exempel ta reda på vilka medievanor ungdomarna har idag och om någon i hushållet prenumererar på någon tidning samt vilken lokaltidning respondenten oftast läser. Dessa variabler vill vi sedan kunna ställa i

⁵²Trost Jan *Enkätboken*, Lund: Studentlitteratur, 2001. Sid 29-32

relation till övriga enkäten för att kunna se samband och om vissa fenomen är vanligare bland vissa grupper. I första delen frågar vi också efter kön samt social och etnisk bakgrund.

Att fråga om etnisk bakgrund kan vara känsligt och ibland irrelevant. I detta fall misstänker vi att människor ifrån andra kulturer är mindre benägna att läsa svenska tidningar, därför ville vi ha med den variabeln för att kunna läsa ut om det finns något samband. Etnisk bakgrund kan också vara svårt att definiera; vem är invandrare och vem är det inte? Vi valde att operationalisera etnisk bakgrund genom att fråga var någonstans respondenten, samt hans eller hennes föräldrar, har vuxit upp; med svarsalternativen landsbygd/mindre tätort i Sverige, större tätort/storstad i Sverige respektive utlandet. På så sätt döljer vi våra egentliga avsikter och gör att frågan kanske känns mindre känslig att besvara. Ur frågeställningen kan vi inte bara läsa ut om respondenten har svensk bakgrund eller inte utan även om han eller hon vuxit upp i mindre stad eller i en större stad och om det i så fall har någon betydelse för hur de svarar på övriga enkäten.⁵³

Att ta reda på social bakgrund är också en svår uppgift när det gäller barn och ungdomar. Den sociala bakgrunden utgår ofta från föräldrarnas inkomst, yrke eller utbildningsnivå. Den enda variabeln av dessa vi trodde att ungdomarna skulle kunna svara på var vilket yrke föräldrarna har. Detta ger givetvis ingen optimal bild av respondentens sociala bakgrund men i kombination med att vi vet vilket gymnasieprogram respondenten läser på kan vi åtminstone få en uppfattning om från vilken social bakgrund respondenten kommer ifrån.

I enkätens andra del är vi ute efter att ta reda på vilka attityder ungdomarna har till tidningsläsande och framför allt sin lokaltidning. Genom fråga sex hoppas vi kunna utläsa om ungdomarna anser att tidningen riktar sig till dem eller om de bara tycker att den är till för vuxna och äldre personer eller möjligtvis till barn. Kryssar de i alla alternativen har lokaltidningen uppnått sitt mål att rikta sig till alla åldersgrupper. Om svaren blir att tidningen endast riktar sig till de äldre människorna kanske man kan dra slutsatsen att det anser att tidningen är ganska mossig och att de känner att det inte finns något för dem att läsa i den.

⁵³ Det sätt som vi valt att operationalisera variabeln etnisk bakgrund är inte helt entydigt. Bara för att man vuxit upp utomlands behöver man inte vara invandrare i den aspekt vi avser att mäta, det kan till exempel röra sig om svenskar som bott utomlands under en period. Några elever i de värmländska skolorna är också norrmän som valt att studera i Sverige under sin gymnasietid.

I fråga sju och åtta vill vi ta reda på ungdomars förhållande till form och innehåll. Är de mest intresserade av lokala, nationella eller internationella nyheter? Och föredrar de att läsa nyheter på webben eller i pappersform?

I fråga nio är avsikten att kunna avslöja ungdomarnas attityder till sin lokaltidning utifrån ett antal olika variabler. Här har vi valt att använda en skala från ”instämmer helt” till ”tar helt avstånd” med ”varken eller” som mittalternativ. Vi har också valt att ha med ”ingen uppfattning”. Vi är medvetna om att detta kan innebära att man lätt kryssar i mittalternativet eller ingen uppfattning för att man inte orkar ta ställning. Vi har ändå valt att ha med dessa alternativ för att inte tvinga fram ett svar som kanske inte stämmer överens med vad respondenten egentligen tycker bara för att det inte finns några andra alternativ att fylla i. Man kanske helt enkelt inte reflekterat över vissa variabler eller så finns risken att alla inte förstår exakt vad alla variabler innebär och för den skull inte kan svara på frågan.

I enkätens sista del vill vi ta reda på hur ungdomarna ser på sitt medieanvändande i framtiden och om de tror att papperstidningen kommer att leva kvar om tio år. Detta har vi valt att försöka ta reda på genom att fråga om de tror att de kommer att prenumerera på någon lokaltidning i framtiden och om de är beredda att betala för att läsa sin lokaltidning på nätet. I sista frågan hoppas vi få en bild av hur ungdomarna tror att de tar del av media om tio år, tror de att de använder samma kanaler som idag eller förändras dem? Genom att lämna en rad för andra alternativ hoppas vi på att respondenterna självmant fyller i om de tror på någon annan form av mediekanal i framtiden.

5.5 Analys av data

När alla enkäter var insamlade började arbetet med sammanställningen. Enkäterna kodades i statistikprogrammet spss. För att få fram resultatet började vi med att ta fram frekvenstabeller för hela populationen. Vissa tabeller omvandlade vi till diagram för att göra resultatet lättöverskådligt. För att ta reda på samband och se om vissa svar var kopplade till vissa grupper använde vi crosstabsfunktionen.

Vi fick totalt in 210 enkäter, alla som vi lämnat ut enkäten till fyllde också i den och lämnade in den. Det externa bortfallet blev alltså noll. Däremot fick vi ett internt bortfall på vissa av frågorna. På några av frågorna fick eleverna fylla i fler än ett alternativ, dock max 3. Tyvärr var det många som ändå fyllde i fler än tre svar (10 % respektive 10,5 %), dessa kodade vi som internt bortfall.

För att få en bild av elevernas sociala bakgrund bad vi dem att fylla i sina föräldrars yrke. Dessa yrken kodade vi sedan i fyra olika grupper. Första gruppen bestod av arbetslösa, sjukpensionärer och andra som inte är yrkesverksamma. I andra gruppen placerade vi yrken som i de allra flesta fall inte kräver någon eftergymnasial utbildning och som till största delen är praktiskt. Exempel på yrken ur grupp 2; lokalvårdare, industriarbetare, vaktmästare, frisör. I andra gruppen hamnade yrken som är av mestadels teoretisk karaktär och som i de flesta fall kräver eftergymnasial utbildning. Exempel på yrken i grupp 3; lärare, sjuksköterska, kommunanställd, ekonom. I sista gruppen placerade vi yrken som har en hög status och kräver en betydande eftergymnasial utbildning; till exempel arkitekt, kirurg och psykolog.

5.6 Problem med undersökningen

Trots att vi valt att göra en kvantitativ enkätstudie kan inte resultaten generaliseras för att gälla hela populationen på grund av urvalsmetoden. Detta är givetvis en brist, men vi tror att undersökningen kommer att ge en bra bild av vad ungdomarna anser om dagstidningar i alla fall.

Ett problem vi upplevde när vi var ute i skolorna var att det inte kändes som att enkäten inte riktigt togs på allvar av alla elever och att vissa eleverna av ointresse eller för att vara obstinata svarar felaktigt eller icke sanningsenligt på frågorna. Vi kan aldrig veta säkert om så var fallet. Detta kan bero på att eleverna fick göra enkäten i grupp och att vissa elever då försökte hävda sig genom att högt berätta vad de fyllde i enkäten. Det är inte ovanligt att gymnasieelever är skoltrötta och för att snabbt bli av med enkäten tror vi att flera kryssade i ”varken-eller-alternativ” för att slippa ta ställning.

Ett annat problem som uppstod med enkäten var att eleverna inte förstod vad alla ord betydde som vi bad dem ta ställning till. Till exempel när vi frågade om man anser att sin lokaltidning

är snabb. Men detta avsåg vi att mäta om de tyckte att tidningen som nyhetsmedium snabbt rapporterar från de senaste händelserna. Detta tolkades istället av vissa ungdomar som om en fråga om man tyckte att tidningen gick snabbt att bläddra igenom. Likaså var orden ”objektiv” och ”gedigen” svåra för eleverna att förstå. För dem som frågade förklarade vi ordens innebörd, men vi kan anta att det var många fler som inte förstod och inte heller frågade. Risker är dessa ungdomar kryssade i ett svarsalternativ på måfå för att kunna gå vidare till nästa fråga.

För att ta reda på elevernas sociala bakgrund valde vi att fråga om föräldrarnas yrke och sedan koda dem i fyra olika grupper. Detta är en mycket godtycklig metod som inte ger några säkra svar. Flera respondenter angav till exempel arbetsplatsen istället för yrke eller titel vilket skulle kunna innebära ett yrke från lokalvårdare till VD. Trots några luddiga svar valde vi att koda in alla svar i de fyra kategorierna istället för att räkna bort dem som bortfall.

6 Resultat och analys

6.1 Värmländska ungdomarnas attityder till dagstidningar i allmänhet och lokaltidningar i synnerhet

Enkätresultatet präglas i mångt och mycket av både en försiktig optimism och en viss likgiltighet. Ungdomarna säger sig vara ganska intresserade av att ta del av nyheter. De allra flesta föredrar teven som nyhetsmedium men den lokala morgontidningen kommer på en god andraplats. När det gäller att läsa nyheter på webben eller i pappersform, vinner pappersform med några få procentenheter. De bedömer i stort sett sina lokaltidningar som varken eller-publikationer utan vare sig fördelar eller tillkortakommanden.

6.1.1 Hur tar ungdomarna del av nyheter idag?

När vi frågade ungdomarna hur de vanligtvis tar del av nyheter idag, blev genom teven det absolut vanligaste svaret. 73,3% hade kryssat för teve som ett av sina tre vanligaste medium att ta del av nyheter genom. På andra plats kom lokal morgontidning följt av tidning på nätet. På denna fråga hade vi tyvärr ett ganska stort bortfall (10,0%), detta berodde på att många inte läst frågan ordentligt och kryssat för fler än de tre alternativ som vi bett dem om.

Figur 1. Hur tar du vanligtvis del av nyheter?

TV	73,3 %
Lokal morgontidning	49,5 %
Tidning på nätet	38,6 %
Kvällstidning	22,4 %
Radio	21,4 %
Genom vänner/familj/skola	22,9 %
Gratistidning	10,5 %
På nätet på annat sätt (tex blogg)	10,8 %
Annan morgontidning	4,3 %
I mobilen	2,9 %
Tar inte del av nyheter	1,4 %

Antal svar: 189 st. Flera svarsalternativ möjliga.

Enligt uses and gratifications teorin väljer individen själv vilket medium man vill använda för att uppfylla vissa behov. Blumler och Katz har tagit fram fyra huvudsakliga behovs som

tillfredställs genom media. Det sista av behoven handlar om att hålla sig uppdaterad om vad som händer i omvärlden. Detta behov borde ligga närmast till hands när man väljer sitt nyhetsmedium. Utgår man från uses and gratifications modellen får vi anta att ungdomarna bäst tillfredställer sina behov genom att titta på teve, följt av att läsa lokaltidningen och läsa nyheter på nätet.

Det finns ett tydligt samband mellan dem som har tillgång till en prenumererad lokaltidning i hemmet och de som svarat att de får sina nyheter från en lokaltidning. (se tabellen nedan).

Figur 2. Samband mellan tillgång och användning av lokaltidning

	Läser lokal morgontidning
Lokal morgontidning hemma	83,7 %
Ingen lokal morgontidning	16,3 %

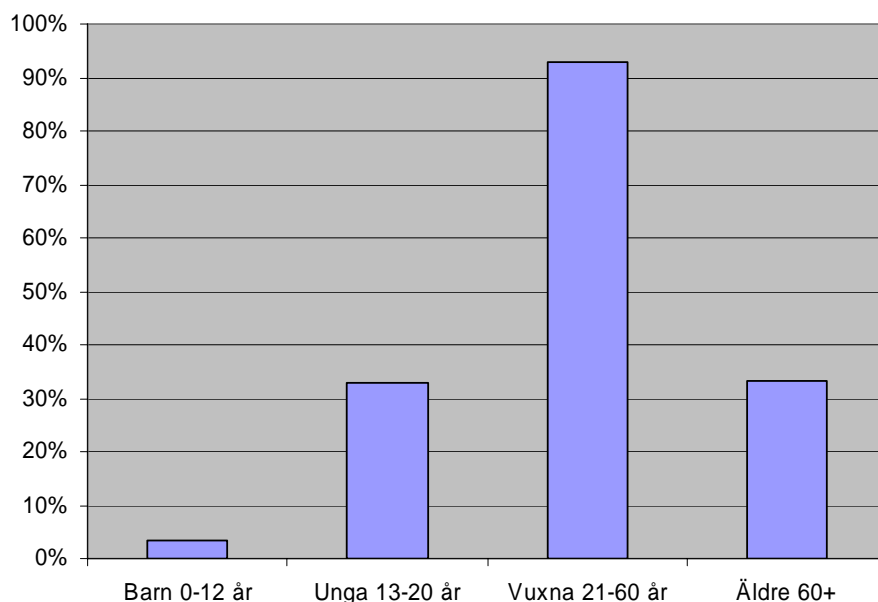
Antal svar 104 stycken. Anges i procent.

Av dem som uppgett att de har en lokaltidning hemma är det hela 83,7 % som också angett att använder en lokaltidning som en av sina tre främsta källor för att få nyheter, detta kan jämföras med att det bara är 16,3 % av de respondenter som inte har tillgång till någon tidning i hemmet som uppgett lokaltidning som en av sina tre främsta källor för nyheter. Detta tyder på att tillgängligheten har stor betydelse för vilka medium man väljer att använda, detta skulle i så fall tala emot den klassiska användarmodellen ”uses and gratifications” som hävdar att man väljer medium för att uppfylla olika behov.

6.1.2 Lokaltidningens målgrupp

På frågan om vilka ungdomarna tror att lokaltidningar främst riktar sig till blev svaret enligt diagrammet nedan.

Figur 3. Vilka tror du lokaltidningar främst riktar sig till?



Antal svar: 210. Anges i procent. Flera svar möjliga.

Flera svar var tillåtna vilket förklarar den sammanlagda procenten på över 100. En klar majoritet, 92,9 %, har svarat att de tycker att lokaltidningar främst riktar sig till vuxna. Bland ungdomarna svarade ungefär lika stor grupp att de tyckte att lokaltidningen riktade sig till unga (32,9 %) och äldre (33,3 %). Bara ett fåtal, 3,3 %, ansåg att lokaltidningarna riktar sig mot barn.

Genom att fråga vilken grupp tidningen *främst* riktar sig till är det möjligt att vi på så sätt leder in respondenterna att bara välja en eller ett fåtal alternativ trots att man kanske tycker att det finns *vissa delar i tidningen som riktar sig till alla* grupper.

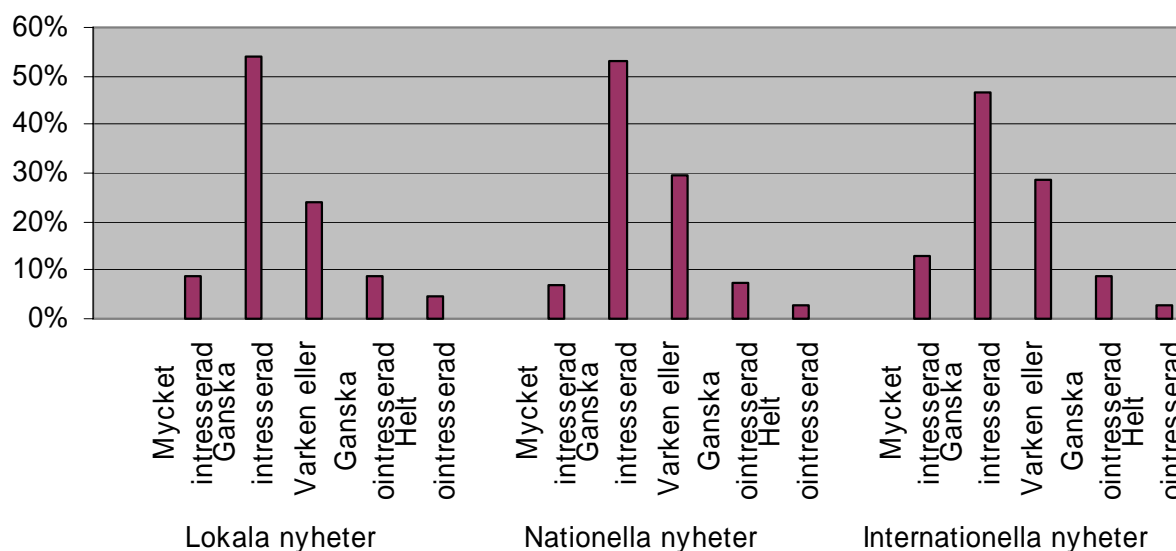
När vi frågade ungdomarna i undersökningen om de trodde att de själva skulle prenumerera på någon lokaltidning i framtiden var det en övervägande majoritet som trodde det (74,8 %).

Att en övervägande del av ungdomarna upplever att lokaltidningarna inte riktar sig till dem just nu verkar alltså inte vara något hinder för att man i framtiden kommer att prenumerera.

6.1.3 Ungdomars intresse av att ta del av nyheter

Av diagrammet nedan kan vi se att ungdomar är generellt ganska intresserade av att ta del av nyheter, såväl lokala som nationella och internationella. Betydligt fler har valt att lägga sig på den positiva sidan än på den negativa, 62,8 % är ganska eller mycket intresserade av att ta del av lokala nyheter, motsvarande siffra för nationella och internationella nyheter är 60,0% respektive 59,6 %. Detta kan jämföras med 13,4 % som har kryssat i att de är helt eller ganska ointresserade av lokala nyheter, 10,5 % för nationella och 11,9 % för internationella. Relativt många har valt att kryssa i mittenalternativet ”varken eller” vilket kan tolkas på flera olika sätt. Antingen betyder det att de anser att deras intresse av att ta del av nyheter ligger någonstans mellan ”ganska intresserad” och ”ganska ointresserad”. Man kan tänka sig att det betyder att man inte är så pass intresserad av nyheter att man aktivt söker upp dem, men händer det nått speciellt eller teven råkar stå på kanske man tittar. Risken finns dock att många valt detta alternativ istället för att kryssa i att de är ointresserade, ”varken eller” skulle då kunna tolkas som att respondenter inte bryr sig.

Figur 4. Hur intresserad är du av att ta del av följande?



Antal svar 210 st. Anges i procent.

6.1.4 Tidning på nätet eller i pappersform?

Figur 5. Föredrar du att läsa nyheter i pappersform eller på nätet?

	Antal	Procent
Pappersform	114	57%
Nätet	86	43%
Totalt	200	100%

Antal svar 200 st.

Vad det gäller hur ungdomar föredrar att ta del av nyheter, när alternativen var i pappersform och på nätet angavs blev resultatet ganska jämnt. Som det visas i tabellen ovan svarade 57 % att de föredrar att läsa tidningen i pappersform, 43 % föredrog nätet. 65 % av tjejerna föredrog att läsa tidningen på papper. Motsvarande siffra för killarna var betydligt lägre, 45,8 %.

6.1.5 Attityder till den lokala tidningen

För att mäta vad ungdomarna egentligen tycker om sin lokaltidning bad vi respondenterna ta ställning till nio olika ord och kryssa för hur man tycker att det stämmer på sin lokaltidning; från ”instämmer helt” till ”tar helt avstånd”. Även här valde vi att ha med ett mittenalternativ i ”varken eller”. Efter som vi misstänkte att vissa av orden kan vara svåra att förstå för unga människor samt att många inte reflekterat över alla dessa värden valde vi även att ha med alternativet ”ingen uppfattning”.

Ganska stor del av svaren (från 21,6 % till 71,9 % på respektive fråga) hamnade på ”varken eller” och på ”ingen uppfattning”, vilket kanske kan tolkas som att de flesta ungdomarna inte riktigt tänkt på vad de tycker om sin lokaltidning och att man har svårt att ta ställning av olika anledningar. Av dem som ändå valt att ta ställning hamnade de flesta svaren på den positiva sidan.

72,9 % angav att de helt eller delvis tycker att deras lokaltidning är trovärdig, bara 3,9 % tyckte inte att tidningen var trovärdig. Strax under hälften av de tillfrågade tyckte att deras lokaltidning kändes professionell, 12,3 % tyckte motsatsen. När det gäller tidningens objektivitet var det över hälften som kryssat i ”varken eller” eller ”ingen uppfattning”, av de övriga tyckte 30,4 % att tidningen helt eller delvis var objektiv och 11,4 % att den inte var

det. Ordet gedigen var det många ungdomar som inte förstod vilket visade sig dels genom att det var många som frågade oss medan de fyllde i enkäten, men också på svaren vi fick in, hela 71,9 % hade ingen uppfattning eller svarade ”varken eller”. Av de resterande svaren var 19,9 % positiva och 5,7 % negativa.

Vad det gäller ungdomarnas uppfattning om tidningen utseende hamnade de flesta svaren på den mer negativa sidan. 32,3 % tog helt eller delvis avstånd till att tidningen skulle vara snygg medan 20,4 % instämde helt eller delvis med att tidningen är snygg,. Fördelningen på skalan blev ganska jämn när vi frågade om de uppfattade sin tidning som modern, 24,8 % var positiva och 20,9 % negativa. När det gäller tidningens underhållningsvärde blev svaren något mer positiva, 38,6 % tyckte att tidningen var underhållande, 15,3 % tyckte det inte.

34,8 % av de tillfrågade ansåg att tidningen var helt eller delvis miljövänlig, bara 4,7 % tyckte inte att den var miljövänlig, ganska många hade ingen uppfattning eller valde ”varken-eller-alternativet”. På frågan om ungdomarna ansåg om tidningen var snabb, blev tolkningarna av ordet snabb ganska spridda. Det vi avsåg att mäta var om de ansåg att tidningen som medium var snabbt på att rapportera från de senaste händelserna, men av den tolkning vi kunde höra av många var att tidningen gick snabbt att läsa. 43,3 % angav i alla fall att de helt eller delvis tyckte att tidningen var snabb, 8,6 % procent tyckte inte att den var snabb och 46,7 % valde mittenalternativet eller hade ingen uppfattning.

6.2 Värmländska ungdomars attityder till lokaltidningen i framtiden

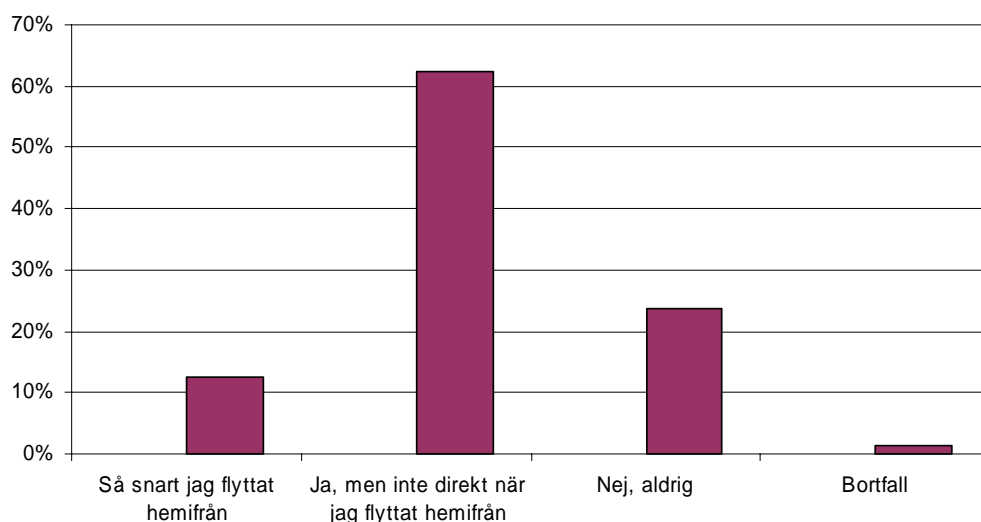
Ungdomarna är relativt säkra på att lokaltidningen kommer att backa, samtidigt som teve och Internet blir viktigare nyhetskällor i deras mediekonsumtion. Trots det tror de allra flesta att de själva kommer att ha en prenumererad lokaltidning hemma i framtiden. När det gäller betalningsviljan för nättidningar råder ett ganska starkt motstånd.

6.2.1 Prenumerera på någon lokaltidning i framtiden

De allra flesta ungdomarna tror att de kommer prenumerera på någon lokaltidning i framtiden (74,8 %), 12,4 % tror att de kommer att skaffa en tidning på en gång i och med det att de flyttat hemifrån medan 62,4 % tänker sig att skaffa en lokaltidning i framtiden, men inte direkt när de flyttat hemifrån.

Antalet respondenter som tror att de kommer prenumerera på en lokaltidning i framtiden var förvånansvärt stort. Om siffrorna stämmer med de antal som faktiskt kommer att prenumerera på en tidning i framtiden är dock omöjligt att säga. När de väl flyttat hemifrån och får en bättre uppfattning om vad en prenumererad lokaltidning kostar är det möjligt att många av dem som trott att kommer prenumerera inte gör det.

Figur 6. Tror du att du kommer att prenumerera på någon lokaltidning i framtiden?



Antal svar: 210

Det är betydligt fler tjejer som tror att de kommer prenumerera på någon dagstidning i framtiden, hela 80,9 % tror att de antingen så fort de flyttat hemifrån eller senare kommer att prenumerera på någon lokaltidning. Bland killarna är motsvarade siffra 68,6 % vilket betyder att en knapp tredjedel av killarna tror att de aldrig kommer att prenumerera på någon tidning.

Föräldrarnas uppväxtort verkar ha betydelse för om man tror att man kommer prenumerera på någon lokaltidning i framtiden. I tabellen nedan visas antal procent som tror att de aldrig kommer att börja prenumerera på någon lokaltidning.

Figur 7. Framtida icke-prenumeranter och föräldrarnas uppväxtort

Mamma uppväxt utanför Sverige	47,2 %
Pappa uppväxt utanför Sverige	51,4 %
Mamma uppväxt i Sverige	18,8 %
Pappa uppväxt i Sverige	19,6 %

Antal svar mammas uppväxtort 207 st., pappas uppväxtort 208 st.

Föräldrarnas yrke verkar däremot inte ha någon större inverkan på om man tror att man kommer börja prenumerera på någon lokaltidning i framtiden. I tabellen nedan redovisas antal procent som angivit att de aldrig kommer börja prenumerera på någon lokaltidning i framtiden.

Figur 8. Framtida icke-prenumeranter och föräldrarnas yrke/utbildning

Mamma yrke med akademisk utbildning	19,8 %
Pappa yrke med akademisk utbildning	22,7 %
Mamma praktiskt yrke utan akademisk utbildning el. arbetslös	26,4 %
Pappa praktiskt yrke utan akademisk utbildning el. arbetslös	25,2 %

Antal svar mammas arbete 200 st, pappas arbete 198 st.

Det finns ett tydligt samband mellan de ungdomar som angett att de idag tar del av nyheter genom en lokal morgontidning med dem som tror att de kommer prenumerera på någon lokal morgontidning i framtiden. Hela 90,3 % av dem som använder lokaltidning idag för att ta del av nyheter tror att de i framtiden kommer att prenumerera på någon lokaltidning, motsvarade siffrorna för dem som inte angett att de använder lokaltidningen som en av sina tre främsta källor för nyheter är det bara 58,3 % som tror att de kommer att prenumerera i framtiden.

Samma tendens finns bland dem som uppgivit att de har en prenumererad dagstidning i hemmet idag. De respondenter som inte har en lokaltidning hemma idag föreställer sig heller inte att de ska prenumerera i framtiden i större utsträckning än de som har svarat jakande. Av de som svarat "Nej, aldrig" har bara 30 % en lokaltidning i hemmet. För de som tror att de kommer att prenumerera så snart de flyttat hemifrån är samma siffra 73,1 %

Av de respondenter som föredrar att läsa nyheter i pappersform tror 83 % att de kommer att prenumerera på en lokaltidning i framtiden till skillnad från 64 % av dem som föredrar att läsa på nätet. Samma tendens kan vi se bland dem som tror att de kommer att använda en lokaltidning som en av de tre främsta källorna för nyheter om 10 år, 93,1 % av dessa har också kryssat i att de tror att de kommer att prenumerera på en. 67,7 % som inte kryssat i lokaltidning som sin främsta nyhetskälla om 10 år tror ändå att de kommer prenumerera på en.

6.2.2 Betalningsvilja för lokaltidning på nätet

En klar majoritet (81 %) av populationen är inte villig att betala för en tidning på nätet i framtiden. I frågan angav vi inget pris utan vi ville endast ta reda på en generell attityd till att betala för en tidning på nätet.

Figur 9. Kan du tänka dig att betala för en lokaltidning på nätet i framtiden?

	Antal	Procent
Ja	39	19 %
Nej	167	81 %
Totalt	206	100 %

Tjejerna är något öppnare för att betala för en nättidning än killarna. Av den grupp som svarade Ja är 66,7 % tjejer, motsvarande siffra på Nej-sidan är 56,3 %

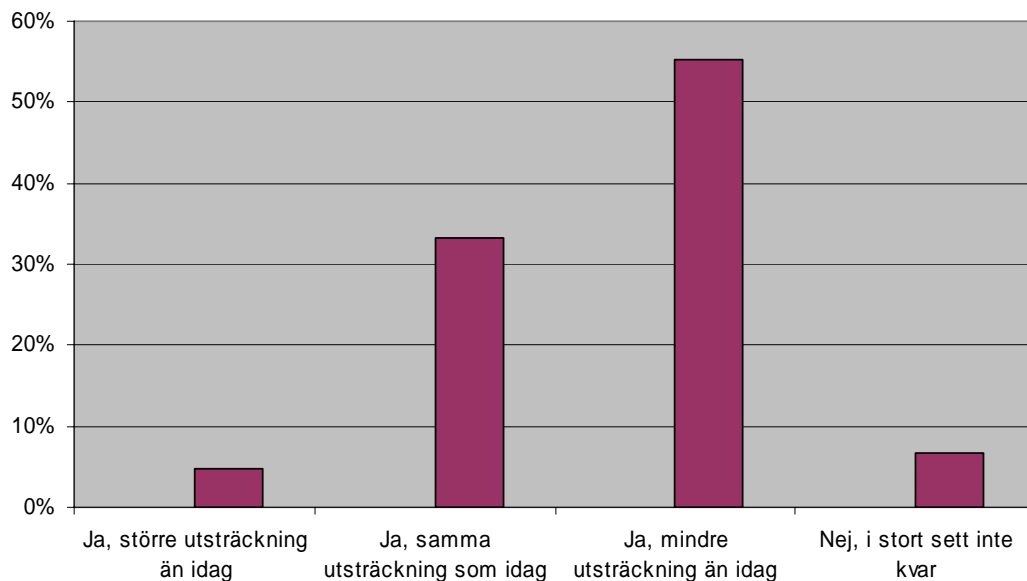
Det är inte ett alltför långsökt antagande att det är svårt att ”stoppa tillbaks anden i flaskan” – idag är en överväldigande majoritet av nyhetsmaterialet tillgängligt online utan kostnad, och har så varit sedan starten. Det blir på så sätt mycket svårt för tidningsföretagen att börja ta betalt för sina tjänster på nätet eftersom användarna vant sig vid att produkten är gratis. En liknande problematik finns för andra branscher. Film- musik- och interaktiv underhållning är alla branscher vars produkter idag finns tillgängliga på nätet för gratis nerladdning via mer eller mindre upphovsrättsomtvistade alternativ.

6.2.3 Papperstidningens framtid

När det gäller ungdomarnas gissning om hur det kommer gå för papperstidningen i framtiden är svaren relativt positiva. Som man kan läsa i diagrammet nedan, tror de allra flesta att

papperstidningen kommer att finnas kvar om tio år, men i mindre utsträckning än idag, 55,2 % angav detta svar. En tredjedel av de tillfrågade tror att tidningen kommer att finnas kvar i samma utsträckning som idag. Betydligt färre (4,8 %) tror att tidningen kommer att finnas i större utsträckning än idag. 6,7 % av respondenterna spår en dyster framtid för tidningen och tror att den i stort sett inte kommer att finnas kvar om tio år.

Figur 10. Tror du att papperstidningen kommer att finnas kvar om tio år?



Antal svar 210 st.

Svaren på frågan är jämt fördelade bland alla olika grupper. Det går inte att se någon skillnad i svaren från killar och tjejer, inte heller verkar föräldrarnas yrke eller uppväxtort påverka resultatet. Däremot kan vi se att de som idag inte har någon prenumererad dagstidning hemma är mer negativa än de som har en. 72,2 % av dem som saknar dagstidning i hemmet tror att papperstidningen kommer att bli mindre eller i stort sett inte finnas kvar om 10 år, medan bara 56,1 % av dem som har tillgång till en värmländsk prenumererad tidning i hemmet tror att papperstidningen kommer att bli mindre eller i stort sett försvinna helt.

6.2.4 Hur tror dagens unga att de tar del av nyheter om tio år?

På frågan ”hur tror du att du kommer att ta del av nyheter om 10 år” fick ungdomarna kryssa i de tre alternativ man tror att man kommer använda mest. De som kryssat fler än tre svar har vi valt att räkna bort som internt bortfall, bortfallet uppgick till 10,5 %

Dagens ungdomar tror att de även i framtiden kommer att använda teven som det främsta mediet för att ta del av nyheter, följt av tidning på nätet och lokal morgontidning. Se tabellen nedan.

Figur 11. Mest använda medier om 10 år **Ökning/minskning i jämförelse med idag**

TV	76,2 %	+ 2,9
Tidning på nätet	50,5 %	+ 11,9
Lokal morgontidning	28,1 %	- 21,4
På nätet på annat sätt (tex. blogg)	17,6 %	+ 6,8
Kvällstidning	17,1 %	- 5,3
Radio	14,8 %	- 6,6
I Mobilen	14,3 %	+ 11,4
Genom vänner/familj/skola etc.	13,3 %	- 9,6
Elektronisk läsplatta eller likande	10,5 %	+ 10,5
Gratistidning	9,5 %	- 1,0
Morgontidning ej lokal	4,8 %	- 0,5

Antal svar 188 st. Ökning resp. minskning anges i procentenheter.

I en jämförelse med de medier ungdomarna angett att de använder mest idag kan vi se att de tror att mycket kommer vara sig ganska likt. Största raset står lokal morgontidning för som minskar från dagens 59,5 % till 28,1 %. Lokaltidningen håller dock sin plats bland de tre populäraste medieformerna. Andra medieformer som ungdomarna tror att de kommer använda mindre av i framtiden är radio och kvällstidning som minskar 6,6 respektive 5,3 procentenheter.

De medieformer som ungdomarna tror att de kommer använda mer av i framtiden är framför allt tidningar på nätet, nyheter genom mobiltelefonen och elektronisk läsplatta. Alla dess medieformer ökar med runt 10-12 procentenheter.

Enligt enkäten tror inte dagens ungdomar att gratistidningen kommer att få något större genomslag. Det var 22 personer som angivit att de använder gratistidningar som en av tre vanligaste källor för att få nyheter ifrån idag. Två färre, alltså 20 respondenter tror att de kommer att använda gratistidningar som en av de tre främsta medieformerna i framtiden.

6.3 Finns det något samband mellan den sociala och etniska bakgrunden och attityden till dags- och lokaltidningar?

För att mäta social bakgrund använde vi oss av föräldrarnas yrke. Tyvärr ger inte detta någon tillförlitlig bild av ungdomarnas sociala bakgrund. Tidigare forskning har kunnat visa upp ett samband mellan val av gymnasieprogram och social bakgrund. Elever med högutbildade föräldrar väljer i högra grad ett studieförberedande program och elever med lågutbildade föräldrar väljer i första hand yrkesförberedande program.⁵⁴

För att ta reda på om det finns några samband mellan social bakgrund och attityder till dags- och lokaltidningar har vi tagit fram statistik på om attityderna skiljer sig mellan elever som läser på studieförberedande eller yrkesförberedande program samt om det finns några skillnader mellan elever vars föräldrar har jobb som kräver akademisk utbildning eller inte.

Vi kunde dock inte se några större skillnader i svaren mellan elever med hög respektive lågutbildade föräldrar, inte heller mellan programmen fanns några tydliga skillnader. Detta kan mycket väl bero på den godtyckliga indelningen av yrken och att undersökningens urval inte var tillräckligt stort.

Vi ville även ta reda på om etnisk bakgrund har någon betydelse för attityderna till dagstidningar. Antalet respondenter med utländsk bakgrund var tyvärr mycket litet (ungefär 16 % av respondenterna hade föräldrar som var uppväxta utanför Sveriges gränser). Resultaten blir därför mycket osäkra. I de flesta fall kunde vi inte utläsa någon skillnad mellan elever med svensk eller utländsk bakgrund. Men i frågan om eleverna tror att de kommer att prenumerera på någon lokaltidning i framtiden blev resultaten något lägre bland gruppen med utländsk bakgrund. Dessa ungdomar har också i lägre utsträckning en prenumererad tidning i hemmet idag.

⁵⁴ *Ung i demokratin* (2003) Publikation från skolverket rapport nr 232

7 Diskussion

7.1 Reflektioner kring resultatet

Resultatet kan tyckas peka på att medieval till mångt och mycket handlar om tillgänglighet och vana. För vuxna och äldre människor är kanske nyheter på nätet inte ett seriöst alternativ till teve, radio, och tidningar, eftersom formen är oprövad och ovan. Ungdomar torde inte pröva medier på samma subjektiva grund. Enligt Katz och Blumlers användarmodell väljer vi de kanaler som tillfredställer våra grundläggande behov av förströelse, personliga relationer, identitetsskapande, och omvärldsbevakning.

Vi vet att ungdomar är mer benägna att använda Internet i sin vardag. Om man lyfter blicken ifrån koncept som ”tidning på nätet” och ser till helhetsupplevelsen av en mot Internet uppkopplad dator eller mobiltelefon blir McLuhans teori om förändrad uppfattning uppenbarad. När vi läser en tidning kan vi inte samtidigt konsumera musik eller blogg utan att först byta medium. I en uppkopplad dator tillfredsställs Katz och Blumlers behovsteori av en och samma apparat. Det uppväger att det egentligen är olika strömmar av information uppdelade i olika fönster och applikationer, ett chattfönster, en nättidning, iTunes för musik, och så vidare. Vi kan fokusera vår uppmärksamhet på en skärm, men ändå få olika typer av upplevelser. Att ha så omfattande möjligheter på bokstavligen armlängds avstånd ger utan tvekan en känsla av att vara up-to-date. Det känns inte som ett långsökt antagande att en maskin som tillfredsställer så många behov också blir första anhalten för nyheter, kan den användas till musik, film, spel och skolarbete, så varför inte nyheter också? En invändning skulle dock kunna vara att morgondagens nyhetskonsument ställer krav på rörlighet. Men med en ökad datakraft i mobila enheter och större täckning för trådlös höghastighetsuppkoppling är det inte omöjligt att den idag tydliga kompromissen mellan mobilitet och möjlighet suddas ut. Ungdomarna själva tror att de om tio år kommer att konsumera nyheter via mobilen i större utsträckning än vad de gör idag – kanske är en snabb teknisk utveckling något de tar för givet.

För lokaltidningarna är det troligen av yttersta vikt att få en närvaro på de nya plattformar där ungdomar är tidiga användare. Om tidningsutgivarna vill få ungdomar att fortsätta läsa

lokaltidningen i pappersform blir scenariot något annorlunda. Läget är absolut inte nattsvart – ungdomar läser lokalnyheter, och är alls inte främmande för att prenumerera i framtiden. Däremot tror de att de själva kommer att minska sitt pappersläsande, och att lokaltidningen kommer att backa. Deras attityd till lokaltidningen präglas av indifferens och likgiltighet, trots att de alltså läser en hel del papperstidning. Enligt teorier om attitydbildning borde det inte vara riktigt så, ett beteende man ägnar sig åt ska åtföljas av en attityd som överensstämmer med beteendet. Till viss del kan det förklaras av vårt val av metod. Två studenter som kommer in i klassrummet och delar ut en enkät är kanske inte en omständighet som uppmuntrar till eftertänksamma svar.

En annan aspekt kan vara i vilken kontext lokaltidningsläsandet sker. Vi vet att om man känner sig tvingad att göra en sak så minskar sannolikheten för att man ska uppskatta det och forma attityder i linje med beteendet. Om tidningsläsandet sker i skolmiljö under uppmaning av lärare ses det kanske som ett tvång.

Marshall McLuhan hävdade att mediet är budskapet med innebörden att man inte kan skilja på innehåll och form. Mediets beskaffenheter påverkar innehållet. Tillexempel krävs rörliga bilder för att en nyhet ska göra sig i teve, teven som nyhetsmedium har en förmåga att tala till våra känslor. Dessa villkor styr hur vi uppfattar budskapen och på så sätt går mediet och innehållet hand i hand.

Trots att många spår papperstidningen en dyster framtid är den lokala morgontidningen fortfarande en av de största källorna för att få nyheter bland ungdomar. De allra flesta ungdomar tror också att de i framtiden själva kommer att prenumerera på en lokaltidning. När ungdomarna blickar tio år framåt i tiden tror allt färre att en papperstidning kommer att vara en av de tre viktigaste källorna för nyheter. Majoriteten tror att papperstidningen kommer att finnas kvar om tio år, men i mindre skala än idag.

Är dagstidningarnas överlevnad viktig? Många påstår att dagstidningen har en demokratibärande funktion som är värd att kämpa för. Ser man på media på det sätt som McLuhan gör är det lätt att hävda att tidningen som medium är viktig att hålla kvar vid.

Har man en annan syn på media, nämligen att samma budskap kan föras ut i flera olika sorter medium och att det är innehållet och inte mediet som är det väsentliga, får frågan om tidningens överlevnad en helt annan innebörd. Är det journalistiken som är huvudsaken spelar det väl i så fall ingen roll om man läser nyheten i en tryckt morgontidning eller på nätet, eller varför inte via mobiltelefonen?

Men om formen inte är viktig så är väl ändå funktionen det? Att hålla sig informerad är inte bara ett behov från individen, det har också en samhällsnytta. Tidningsläsande är demokratibärande, hävdar många. Det är nästintill en skyldighet att ta del av nyhetsflödet, för att kunna ta informerade beslut vid valurnan. Här finns två invändningar, särskilt med hänsyn till barn och unga. Först och främst är idéer om så omfattande värderingssystem som demokrati och sociala kontrakt är inte bara svåra att förstå och uppskatta för barn och ungdomar, de kan vara direkt omöjliga. Enligt Lawrence Kohlberg⁵⁵ är förmågan att resonera kring moraliska och etiska frågor en process som startar med själv-intresse och undvikande av straff och slutar i universella etiska principer och sociala kontrakt. Det tar olika lång tid för olika individer, men de senare stadierna nås i regel under de sena tonåren. Här finns så klart ett dilemma, man kan inte vädja till värderingar om folkbildande demokrati – det riskerar att segla över huvudet på målgruppen, men tvingar man dem att göra något som de inte vill så riskerar man att skapa avståndstagande istället. Den andra möjliga invändningen är att demokratiargumentet faller platt eftersom unga inte upplever att de har något att säga till om ändå, så varför engagera sig? Enligt SCB har valdeltagandet bland förstagångsväljare stadigt sjunkit sedan åttiotalet, med vissa undantag.⁵⁶ Bottennoteringen gjordes i valet 02, för att sedan stiga något valet 06. Det är alls inte omöjligt att sjunkande valdeltagande är en effekt av minskat tidningsläsande - att hålla sig uppdaterad om sin omvärld stärker också uppfattningen om att man är en del av den. Eller så är både det minskade valdeltagandet och det minskade tidningsläsandet två sidor av samma mynt. En eventuell känsla om utanförskap skulle då kunna vara svaret på båda problemen, och symptomen i sig skulle kunna påverka varandra. Att demokrati- och folkbildningsaspekten är viktig är nog de flesta överens om. Men frågan är om argumenten används på rätt sätt, och mot rätt målgrupp?

⁵⁵ Passer & Smith *Psychology*, New York: McGraw-Hill, 2001. Sid. 541

⁵⁶ *Statistiska centralbyrån*. Hämtat 2007-05-21 från URL:
http://www.scb.se/templates/tableOrChart____27335.asp

7.2 Reflektioner kring arbetet

Syftet med uppsatsen var att ta reda på de värmländska ungdomarnas attityder till dagstidningar i allmänhet och lokaltidningen i synnerhet samt få en bild av vad dessa ungdomar tror om lokaltidningens framtid. Vi ville också ta reda på om det finns några samband mellan etnisk och social bakgrund och attityder till dags- och lokaltidningar.

I mångt och mycket tycker vi att vi fått svar på våra frågor. De värmländska ungdomarna har generellt en ganska positiv bild av lokaltidningar. Ungefär hälften av respondenterna använder en lokaltidning som en av sina tre viktigaste källor för nyheter. En övervägande majoritet tror att lokaltidningarna kommer att tappa mark, men finnas kvar inom en tioårsperiod. Samtidigt som många spår en nedgång för lokaltidningen tror de flesta ungdomar att de själva kommer att prenumerera på en lokaltidning i framtiden.

Vad det gäller ungdomarnas attityder till deras egen lokaltidning råder passivitet och likgiltighet. Många ungdomar har valt att inte ta ställning eller välja ett mitten alternativ i frågan om bland annat tidningen trovärdighet, objektivitet och underhållningsvärde. Trots detta till synes ointresse säger sig huvuddelen av alla ungdomar var ganska intresserade av att ta del av såväl lokala som nationella och internationella nyheter.

Vad det gäller samband attityder till lokaltidningen och etnisk och social bakgrund kan vi inte fastställa några resultat. Detta beror bland annat på ett för litet urval, där representationen från respondenter med utländsk bakgrund blev mycket liten. Social bakgrund operationaliserade vi via föräldrarnas yrke vilket ger en mycket godtycklig bild. Med dessa variabler kunde vi tyvärr inte dra några generella slutsatser om dessa olika grupper.

Det resultat som vi fick fram var på många plan ganska oväntat. Vi hade förväntat oss en mer negativ inställning till dags- och lokaltidningar i pappersform än vad verkligheten visade. Till exempel hade vi inte alls föreställt oss att nästan tre fjärdedelar av populationen skulle kryssa för att de tror att de någon gång i framtiden kommer att prenumerera på en lokaltidning.

Den negativa framtidstro för papperstidningen som vi kunnat läsa i många artiklar verkade inte infinna sig hos de värmländska ungdomarna i samma utsträckning som vi trott. Givetvis

fanns det även en del av populationen som trodde att tidningen skulle dö ut så småningom, men gruppen var mindre än väntat.

Även ungdomarnas medievanor idag förvånade oss något. Att teve skulle ligga i topp som främsta källa för nyheter var inte helt oväntat men att över hälften av ungdomarna har en lokal morgontidning som främsta källa för nyhetsinformation var mer oväntat. Likaså förvånade det oss att inte fler än 41 procent av ungdomarna föredrog nätet framför papperstidningen.

Eftersom vi var oroliga för problem att få kontakt med klassföreståndare ute i skolorna, och för att det skulle vara en alltför långdragen process att få möjlighet att besöka skolorna, begränsade vi vår målpopulation till 200 elever. Sådär i efterhand skulle vi utan problem ha kunnat höja målsättningen till 300, kanske ännu mer. Vi fick också en något otillfredsställande snedfördelning i materialet, en större andel elever från praktiskt inriktade program hade varit önskvärt. Däremot är vi övertygade om att vi valde helt rätt som själva åkte ut och genomförde enkäten, istället för att sköta det hela per post.

Flera av frågorna vi ställde i enkäten skulle ha kunnat ha bearbetats bättre. Bland annat tvingades vi på grund av flervalsfrågornas utformning att koda svaren på ett relativt omständligt sätt. Att vi valde att ha med "varken eller" som svarsalternativ kan också ha påverkat resultatet, det skulle vara spännande att studera en eventuell skillnad skulle man annorlunda. Vi bestämde tidigt att vi ville få plats med hela enkäten på ett ark, för att ge intrycket av en snabb och enkel svarsprocess. Det tror vi var ett smart drag, vi hade väldigt få uppenbart "trötta" respondenter bland svaren och lågt internt bortfall. Hade enkäten varit flera sidor lång är det möjligt att situationen hade sett annorlunda ut.

Många nya frågor har väckts under uppsatsarbetets gång. Ett förslag på vidare forskning skulle vara att göra en kvalitativ forskning inom samma område. Man skulle i en sådan forskning kunna använda sig av djupintervjuer och fokusgrupper. Frågorna man skulle kunna söka svar på är varför ungdomar använder den media de använder idag och vilka faktorer som ligger bakom deras tro om framtiden. Fokusgrupper och djupintervjuer manar till mer genomtänkta svar där man som forskare kan få en bättre bild om varför respondenten svarar som den gör.

Ett annat förslag på vidare forskning är att göra samma undersökning men med ett större antal respondenter och en mer utförlig bakgrundsdel i enkäten som gör det möjligt att på ett bättre sätt spåra social och etnisk bakgrund. Även att göra om samma forskning om ett antal år skulle vara intressant för att se om attityderna förändrats.

Litteraturlista

- Bengtsson Jesper *Mäktiga medier, mager demokrati*. Stockholm: Bilda förlag, 2001
- Bergström Annika "Om tidningsläsande på Internet" i *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Red. Weibull & Wadbring Göteborg:JMG/Dagspresskollegiet, 2000
- Bergström Hans "Tidningen bär svensk demokrati" i *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Red. Weibull & Wadbring Göteborg:JMG/Dagspresskollegiet, 2000
- En uthållig demokrati!* Statens offentliga utredningar 2000:1
- Györki, Inrene; Malmström Sten; Sjögren Peter A (8:e uppl. 2002) *Bonniers Svenska Ordbok*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag AB
- Johansson Bengt "Surveyundersökningar" i *Metoder i kommunikationsvetenskap* Red.Ekström Mats & Larsson Larsåke Lund: Studentlitteratur, 2000
- Johansson Mats "Massförstörelse hotar Sveriges medielandskap" *Svenska Dagbladet* 2006-05-10 sid. 68
- Jönsson Martin, "Dödsmässa för tidningsbranschen", *Svenska Dagbladet* 2006-08-26 sid. 62
- Larsåke Larsson *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur, 2001
- McLuhan, Marshall *Media*. (Richard Matz övers.) Stockholm: Norstedts/Tranan/Pocky, 1964
- Medieutveckling 2006*, Red. Bengtsson Eva, Radio och teveverket: Haninge, 2006
- Nilsson, Eva och Wallin Kajsa, *Dagstidningar på nätet – gratis eller betaltjänst*. Examensarbete Karlstads universitet, 2002
- O'Sullivan Tim, Dutton Brian & Rayner Philip. *Studying The Media*. London: Arnold/Hodder Headline Group, 2003
- Passer, Michael W. & Smith, Ronald E. *Psychology – the science of mind and behavior*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill
- Pehrson Lennart, "Wall Street spår dyster tidningsframtid", *Sydsvenskan* 2006-11-19 sid. 18
- Severin, Verner J. & Tankard Jr. James W. *Communication Theories: Origins, Methods, Ands Uses In The Mass Media*. White Plains N.Y: Longman, 1992
- Siesing Andreas *McLuhan i Internetåldern*. D-uppsats Karlstads universitet, 2005
- Stevenson Nick. *Understanding media cultures*. London.: SAGE Publications, 2002
- Trost Jan *Ekätboken*. Lund: Studentlitteratur, 2001

Ung i demokratin (2003) Rapport nr. 232. Skolverket.

Ung i demokratin Publikation från skolverket rapport nr 232, 2003

Weibull Lennart & Wadbring Ingela ”Att studera dagspressen i Sverige – utgångspunkter” i *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Red. Weibull & Wadbring Göteborg:JMG/Dagspresskollegiet, 2000

Weibull Lennart ”Svenskt medielandskap i förändring” i *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Red. Weibull & Wadbring Göteborg:JMG/Dagspresskollegiet, 2000

Weibull Lennart *Tidningsläsande i Sverige. Tidningsinnehav, tidningsval, läsarvanor*. Stockholm Liber förlag, 1983

Elektroniska källor

Aftonbladet Hämtat 2007-05-08 från URL:

http://koncernen.aftonbladet.se/aftonbladet_se/webbplatsen_i_siffror/

Aftonbladet Hämtat 2007-05-08 från URL:

http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/tidningen_i_siffror/

Tidningen i skolan Hämtat 2007-04-15 från URL: <http://www.tis.se/> OBS!!!

Nordicom Mediestatistik. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/824_9400_PcInternet_access_1995-2005.xls

Nordicom Mediestatistik. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/830_9530_internetpurpose_Eurostat_2003-2005.xls

Nordicom Mediestatistik. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/828_9510_internetuse_sexage_1998-2005.xls

Nordicom Mediestatistik. Hämtat 2007-05-18 kl. 13:19] URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/652_1030_Dagstidningsupplaga vardagar 1980-2005.xls

Nordicom Mediestatistik. Hämtat 2007-05-18 från URL:

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/738_1410_Prenumeration_dagstidn_1996-2005.xls

Värmland. Hämtat 2007-04-03 från URL:

<http://www.varmland.se/gy/index.asp?id=1917&typ=>

Skolverket. Hämtat 2007-05-23 från URL:

<http://www.skolverket.se/content/1/c4/89/18/Gymnasieskolan%20-%20Elever%20-%20L%E4nsniv%E5%20-%20Tabell%201.xls>

Statistiska centralbyrån. Hämtat 2007-05-21 från URL:

http://www.scb.se/templates/tableOrChart_27335.asp

Del 1 - Bakgrund

1. Är du tjej eller kille?

Tjej

Kille

2. Var någonstans har du, din mamma och din pappa vuxit upp?

	Jag	Min mamma	Min pappa
Mindre tätort/landsbygd i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Större tätort/Storstad i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mindre tätort/landsbygd i utlandet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Större tätort/Storstad i utlandet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Vad arbetar dina föräldrar med?

Mamma: _____ Pappa: _____

4. Hur tar du vanligtvis del av nyheter? (Välj de tre alternativ du använder oftast.)

Lokal morgontidning (Tex NWT, VF, Arvika Nyheter)

TV

Annan morgontidning (Tex Svd, DN)

Radio

Kvällstidning (Tex Expressen, Aftonbladet)

I mobilen

Gratistidning (Tex Metro)

Genom vänner/familj/skola etc.

Tidning på nätet (Tex aftonbladet.se)

Tar inte del

På nätet på annat sätt (Tex Bloggar, google)

5. Prenumererar Du eller någon annan i ditt hushåll på en dagstidning? (Flera svar tillåtna)

Ja, värmländsk lokaltidning (Tex VF, Arvika Nyheter)

Annan; _____

Ja, rikstäckande dagstidning (Tex DN, Svd)

Nej

6. Vilken lokaltidning läser du oftast? _____

Del 2 - Attityder

7. Vilka tror du att lokaltidningar främst riktar sig till? (Flera svar tillåtna)

Barn - 12 år

Vuxna 21-60 år

Unga 13-20 år

Äldre 60+

8. Hur intresserad är du för att ta del av följande nyheter...

	Mycket intresserad	Ganska intresserad	Varken eller	Ganska ointresserad	Helt ointresserad
Lokala nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nationella nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internationella nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fler frågor på andra sidan!

9. Hur föredrar du att läsa nyheter?

I pappersform

På nätet

10. Ta ställning till om din lokaltidning är...

	Instämmer helt	Instämmer delvis	Varken eller	Tar delvis avstånd	Tar helt avstånd	Ingen uppfattning
Trovärdig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Underhållande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Professionell	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Objektiv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Snygg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Modern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljövänlig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gedigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Snabb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Del 3 - Framtiden

11. Tror du att du kommer att prenumera på någon lokaltidning i framtiden?

Ja, så snart jag flyttat hemifrån

Nej, aldrig

Ja, men inte direkt när jag har flyttat hemifrån

12. Kan du tänka dig att betala för en lokaltidning **på nätet** i framtiden?

Ja

Nej

13. Tror du att papperstidningen kommer att finnas kvar om 10 år?

Ja, i större utsträckning än idag

Ja, men i mindre utsträckning än idag

Ja, i samma utsträckning som idag

Nej, kommer i stort sett inte att finnas kvar

14. Hur tror du att du kommer att ta del av nyheter om 10 år? (Välj de tre alternativ du tror att du kommer använda mest)

Lokal morgontidning (Tex NWT, VF, Arvika Nyheter)

TV

Annan morgontidning (Tex Svd, DN)

Radio

Kvällstidning (Tex Expressen, Aftonbladet)

I mobilen

Gratistidning (Tex Metro)

Genom vänner/familj/skola etc.

Tidning på nätet (Tex aftonbladet.se)

Elektronisk läsplatta eller likande

På nätet på annat sätt (Tex Bloggar, google)

Annat sätt: _____
