

«*Nyheter tilpasset meg*»

En kvalitativ studie av sosiale medier som personaliserte nyhetskanaler



Kristina Tystad Larsen

Masteroppgave i medievitenskap

Institutt for informasjons- og medievitenskap

Universitetet i Bergen

Våren 2018

Sammendrag

Denne studien gikk ut med en åpen tilnærming for å finne svar på hvordan sosiale medier fungerer som nyhetskilde for sjeldenbrukere av tradisjonelle nyhetsmedier. Gjennom mediedagbok og dybdeintervjuer kartlegger jeg informantenes egne refleksjoner av sosiale medier som nyhetstilgang. Studien fokuserer på *Facebook* ettersom det er denne plattformen som er mest sentral for informantenes nyhetskonsum.

Studien diskuterer personalisert nyhetstilgang på Facebook og dets betydning for unge mediebrukere i aldersgruppen 18-26 år. Informantenes bruk av Facebook som nyhetstilgang viser hvordan man kan lese to sentrale funksjoner ved plattformen i en slik forbindelse. Disse funksjonene ved Facebook som «nyhetskanal» er hvordan man kan *følge nyhetsmedier* for å sikre seg tradisjonelle nyheter på en plattform de allerede benytter seg av for også andre formål. Den andre funksjonen er *den sosiale dimensjonen* hvor *venner* spiller en sentral rolle for nyhetsformidlingen. Jeg tar for meg tre filtreringsmekanismer ved Facebook – som sosiale nettverk, algoritmer og egne personlige seleksjoner. Disse vil styre fokuset i analysekapitlene, nemlig at kapittel 4 handler om egne personlige filtreringer, mens kapittel 5 fokuserer på sosiale nettverksfiltreringer. Algoritmiske filtreringer vil trekkes frem i begge kapitlene.

Ut fra disse funksjonene ved Facebook som nyhetstilgang, drøfter jeg hvordan personaliseringen kommer til syne og betydningen dette har i en demokratisk diskusjon. Sentrale teoretiske innganger er Michael Schudson, David Zaller og Jürgen Habermas for en forståelse av nyhetenes rolle for å informere borgere om viktige hendelser i det politiske landskapet. Videre benytter jeg meg av teoretiske begreper for digitale nyhetspraksiser. Sentrale innganger for å forstå mine informanternes nyhetsbruk på Facebook, er særlig Kim Schrøders metafor om en «handlekurv» med nyhetsmedier, og Jacob Ørmens «checking up» og «stumbling upon». Videre er andre teorier viktig i analysen, særlig opinionslederskap, to-steps-hypotesen, sosiale tilknytningsstyrker, et perspektiv på fragmentering og «The Daily Me». Alle teoriene bidrar til å understreke mine funn av Facebook som personalisert nyhetstilgang.

Studien kan bidra til forståelse av hvordan sentrale teoretiske begreper av digitale nyhetspraksiser kan problematiseres gjennom bruk av Facebook som nyhetstilgang. Videre hvorvidt personaliseringen kan være demokratisk styrkende for de som sjeldent direkte kobler seg til den brede offentligheten gjennom tradisjonelle plattformer.

Forord

Det å skrive masteroppgave har vært krevende og til tider frustrerende. Men det har også vært givende, særlig når man omsider «knekker koden» man så lenge lurte på om fantes i denne skriveprosessen. Jeg er vel egentlig mest imponert over at jeg i det hele tatt klarte lande på et tema å fordype meg i til slutt, som ikke er enkelt for den ubeslutsomme. Jeg har lenge synes at forholdet mellom sosiale medier og nyheter har vært interessant, og det har vært både utfordrende og spennende å begi seg ut på dette forskningsfeltet.

Jeg vil først og fremst takke min dyktige veileder, Brita Ytre-Arne. Du har gitt meg gode og motiverende tilbakemeldinger og råd, men ikke minst vært tålmodig. Takk for at du også inkluderte meg i forskningsgruppen for mediebruk og publikumsstudier.

Jeg vil også takke min kjære, Thomas som alltid støtter og oppmuntrer meg. Takk for at du har trodd på meg gjennom min frustrasjon. Takk til familien min som alltid mener jeg er flink uansett hva jeg gjør. Mamma, jeg er takknemlig for at du stadig minnet meg på å ta pause fra skrivingen, og takk for at du alltid er min største støttespiller.

En stor takk til alle mine gode venner som jeg er så glad i. Takk for fine stunder og latterkuler. Yara, takk for hele fem studieår sammen. Studielivet, hverdagen og min tid i Bergen hadde aldri vært det samme uten deg. Frida, takk for at du motiverer og alltid er der for meg.

Til slutt vil jeg takke Fritt Ord for stipendet jeg ble utdelt i forbindelse med denne masteroppgaven.

Kristina Tystad Larsen

31.mai 2018, Bergen

Innholdsfortegnelse

KAPITTEL 1: INNLEDNING.....	1
1.1 Studiens problemstilling	1
1.2 Avgrensninger.....	2
1.3 Tidligere forskning.....	3
1.4 Oppgavens struktur	4
KAPITTEL 2: TEORETISK GRUNNLAG.....	6
2.1 Kort om sosiale medier	6
2.2 Overvåkende borger.....	8
2.3 Praksiser for nyhetslesning i digitale bruksmønstre	10
2.3.1 Aktivt søkende og tilfeldig eksponert	12
2.3.2 Utvalg av nyhetsmedier og nyhetsinnhold.....	13
2.4 Personalisert tilgang til nyhetsinformasjon.....	14
2.4.1 Filtreringer basert på sosiale nettverk og algoritmer.....	15
2.4.2 Fragmentert offentlighet.....	17
2.4.3 Egen personlig filtrering – “The Daily Me”.....	19
KAPITTEL 3: METODE.....	21
3.1 Mediedagbok og dybdeintervju	21
3.2 Informanter	23
3.2.1 Pilotstudie.....	23
3.2.2 Rekruttering av informanter	24
3.2.3 Kort beskrivelse av informantene	25
3.3 Dagbøkene	27
3.4 Intervjuguiden og intervjusamtalen	28
3.5 Behandling av datamateriale – Analyse og transkribering	30
3.6 Etske perspektiver.....	31
3.7 Refleksjoner og vurdering av metode og gjennomføring	32
KAPITTEL 4: FØLGER NYHETSMEIER PÅ FACEBOOK – EN VIDEREFØRING AV TRADISJONELL NYHETSBRUK?	34
4.1 Å følge nyhetsmedier for effektiv nyhetstilgang	35
4.1.1 Facebook som “handlekurv” med redaksjonelle nyhetsmedier?.....	36
4.1.2 “Snubler over” og “sjekker” nyhetene samtidig på Facebook?	41
4.2 Følger nyhetsmedier på Facebook – Et ønske om personlig filtrering	43

4.2.1 Samler de største og viktigste nyhetene på en plattform.....	43
4.2.2 «Nyheter tilpasset meg»	47
KAPITTEL 5: DEN SOSIALE DIMENSJONEN VED FACEBOOK SOM «NYHETSKANAL».....	57
5.1 Strekker nyhetsbegrepet.....	57
5.2 Venner som nyhetsformidlere.....	60
5.2.1 Venner som deler og «liker» nyheter	61
5.2.2 Venners rolle for «The Daily Me»	63
5.2.3 Betydningen av <i>sterke og svake bånd</i>	67
5.3 “Tilfeldig eksponert” – Utilsiktet personalisert nyhetstilgang?.....	70
KAPITTEL 6: OPPSUMMERING OG KONKLUSJON.....	75
6.1 Konkluderende bemerkninger.....	76
6.2 Veien videre	82
Litteraturliste.....	83
Vedlegg 1: Mediedagbok	90
Vedlegg 2: Intervjuguide	92
Vedlegg 3: Samtykke	96
Vedlegg 4: NSD-godkjenning.....	97

Kapittel 1: Innledning

Nyheter regnes som sentral informasjon i et demokratisk samfunn. De tradisjonelle mediernes rolle – som aviser, fjernsyn og radio – er å opplyse borgerne ved å levere politisk informasjon, der demokrati og nyhetsjournalistikk kan synes å gå hånd i hånd (Strömbäck, 2005, s.332). Tradisjonelle nyhetsmedier har lenge vært den viktigste kilden til informasjon om offentlige anliggender for de fleste mennesker, men vi har de senere årene sett et skifte mot at folk finner, kobler seg til og navigerer sin informasjonstilgang gjennom en bredde av digitale plattformer, inkludert sosiale medier (Toff og Nielsen, 2018, s.1). Etablerte nyhetsmedier produserer fortsatt det meste av nyhetene vi konsumerer i dag, men det har vært en nedgang i bruk av de tradisjonelle plattformene (Bergström og Belfrage, 2018, s.583).

I Norge har vi både høy grad av nyhetslesning og bruk av sosiale medier (Larsson, 2017, s.2). En forskningsrapport fra Reuters Institute Digital News Report viser hvordan to av tre nordmenn bruker mobil for å lese nyheter (Sakariassen, mfl., 2017, s.9). Tallene viser at to av tre finner nyheter via sosiale medier, hvor aldersgruppen 18-24 veier tyngst (Sakariassen, mfl., 2017, s.14-15). Ikke minst viser denne forskningen at av sosiale medier er det Facebook som blir mest brukt i forbindelse med nyheter (Sakariassen, mfl., 2017, s.19). Vi kan snakke om at den norske befolkningen har blitt mer spesialiserte i sin mediebruk. Nyhetsbruken er fortsatt høy i Norge sammenlignet med andre land, men Internett og sosiale medier har særlig for den unge befolkningen blitt viktigere som nyhetskilde (Elvestad, 2015, s.2). Vi kan dermed ta for oss hvordan tilgang til nyhetsinformasjon på sosiale medier fungerer.

1.1 Studiens problemstilling

Det er blitt gjort mye forskning på hvordan ulike aldersgrupper leser nyheter og spesifikt unges nyhetsbruk, som vi skal se senere i dette kapitlet. Men denne studiens vinkling mot ikke-typiske nyhetskanaler som sosiale medier, kan vise til hvordan disse mediene fyller eventuelle behov for informasjonstilgang. Jeg vil med dette prosjektet forsøke å gi svar på hvordan de som *sjeldent* benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier, reflekterer over sosiale medier som deres nyhetskilde, og hvorvidt disse mediene forsterker personaliseringen av nyheter. Gjennom kvalitativ metode som mediedagbok og dybdeintervju, vil jeg undersøke følgende problemstilling:

Hvordan fungerer sosiale medier som nyhetskanaler for unge mediebrukere som sjeldent benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier?

Det å forske på hvordan ulike grupper av samfunnet anvender ulike medier for å lese nyheter, er viktig for å få kunnskap om hvordan samfunnet utvikler seg. Ikke minst for hvordan man skal nå ut til de som ikke «kobler seg til» tradisjonelle kanaler for nyhetsinformasjon, ettersom nyhetsmedier spiller en sentral rolle i å demokratisere og integrere et samfunn ved å informere om hendelser i det politiske liv (Blekesaune, mfl., 2010, s.122). Det kan være nyttig å samle informasjon om hvorvidt sosiale medier synes å bidra til å styrke eller begrense nyhetstilgangen, hvor denne studien vil være et bidrag til forskningsfeltet.

1.2 Avgrensninger

Hvilke avgrensninger man gjør i en studie baseres på hvilke innsikter studien er ute etter. Aller først avgrenset jeg utvalget av informanter, som er norske brukere av sosiale medier i en alder fra 18 til 26 år. Denne aldersgruppen er valgt fordi det er interessant å undersøke *unge voksnes* bruk av sosiale medier i et informasjonsperspektiv, da de har vokst opp med Internett og utviklingen av sosiale medier. Aldersgrupper under 18 år synes ikke like attraktivt for studiens formål, da det kan tenkes at tenåringer kan ha vansker med å reflektere over egen nyhetsbruk i sosiale medier. I tillegg kan det tenkes at fra man er myndig, ligger det en enda større samfunnsforventning til grunn om at man er politisk engasjert eller oppdatert på nyheter.

Det kunne vært interessant å se på informanter fra andre steder i landet, som kunne gitt et mer representativt utvalg. Men grunnet tidsbegrensning og økonomiske ulemper er studien forebeholdt Bergen. Selv om informantene er fra ulike byer, som Stavanger, Trondheim, Oslo og Bergen, men bosatt i Bergen for å studere – er ikke det et fokus for oppgaven. Jeg har heller ikke valgt å fokusere på kjønnsfordeling, der informantene både er jenter og gutter, men ulikt fordelt. Informantene består av 7 jenter og 4 gutter, nettopp fordi det var tilfeldig hvilke informanter jeg fikk kontakt med. Jeg gikk ut med en åpen tilnærming der deres forhold til nyheter og sosiale medier var det som var viktigst for studiens formål.

Selv om jeg gikk ut med en åpen tilnærming for å studere sosiale medier som en samlebetegnelse, gjorde jeg flere avgrensninger etter innsamling av materialet. For det første var det *Facebook* som ble trukket mest frem som nyhetstilgang, og vil dermed være

analysekapitlenes fokus. For det andre skrev informantene i mediedagbøkene at de fikk flere typer nyheter, både «harde» nyheter relatert til samfunnsproblemer og politikk, og «myke» nyheter relatert til underholdningsverden som kjendisjournalistikk (Shah. mfl., 2007, s.681). Jeg benytter meg av en slik grov inndeling av nyheter, fordi studien fokuserer på tradisjonelle nyheter i en bred forstand, og ikke i dybden på sjangre. Jeg vil i denne oppgaven henvise til *nyheter* som tradisjonelle nyheter, der det i hovedsak er snakk om de «harde» nyhetene de får på Facebook. Dette er også relevant i sammenheng med en forståelse av å være en informert borger. Likevel fortolker informantene den tradisjonelle forståelsen av nyheter gjennom bruken av Facebook, hvor «myke» nyheter synes som en del av deres nyhetsmeny. Jeg vil ikke kartlegge og gå i dybden på nyhetene de fikk i dagbøkene, men vise til eksempler der det er relevant.

Ettersom jeg valgte mediedagbøker som inngang til dybdeintervjuene, og dermed integrerte funn fra dagbøkene til hvert enkelt intervju, vil jeg ikke markere dagbøkens funn som en egen analysekategori. Jeg vil istedenfor basere analysekapitlene på intervjuene og dagbøkene som helhet, og henvise spesifikt til dagbøkene der det er naturlig å trekke frem viktige poeng. Jeg bruker dermed dagbøkene som inngang til intervjuene, for et rikere og dypere materiale. Men også for å trekke frem noen eksempler på nyheter de fikk for å understreke funn og diskusjoner i analysen, og for å synliggjøre dersom noe fra dagbøkene ikke korresponderer med intervjuene.

1.3 Tidligere forskning

Det finnes mye forskning på forholdet mellom sosiale medier og nyheter. Noe tidligere forskning som jeg nå vil trekke frem vil også være en sentral del av mitt teoretiske grunnlag som presenteres i neste kapittel, blant annet begreper hos Toff og Nielsen (2018) og Neil Thurmans (2011) internasjonale studier. Videre vil annen tidligere forskning også være viktig i teorikapittelet, deriblant Kim Schrøder (2015) og Jacob Ørmens (2016) danske studier. Jeg vil nå likevel kort presentere eksempler på tidligere forskning for å gi en forståelse av hvor min kvalitative studie kan plasseres i forskningsfeltet.

Eiri Elvestad (2015, s.77) undersøkte studenters forhold til nyheter i tradisjonelle medier og sosiale medier, gjennom kvalitativ og kvantitativ metode. Her fant hun ut av at Facebook ikke har overtatt helt som nyhetsmedium, og at Facebook formidler nyheter fra tradisjonelle medier. Men et fokus på nyhetsunnvikelse ser vi hos Louise Woodstock (2014, s.839) som gjennom en

studie finner ut av at nyhetsunnvikere, mennesker som ikke tar del i nyhetene, faktisk også kan være politisk engasjert. Den svenske medieforskeren Ingela Wadbring (2016, s.465) introduserte begrepet *sjeldenkonsum*, og mener det ikke handler om nyhetsunnvikere, snarere at enkelte mennesker leser nyheter mer sjelden enn andre. Anders Helgerud (2017, s.3) skriver også i en artikkel fra Norsk medietidsskrift at forskning bør fokusere på begrepet sjeldenkonsumenter enn nyhetsunnvikere, ettersom det fremstår umulig å unngå nyheter fullstendig i den digitale mediesituasjonen. Også en internasjonal studie fra Toff og Nielsen (2018, s.8) fokuserer på sjeldenkonsum, der de gjennom dybdeintervjuer kategoriserte tre folketeorier, deriblant at informantene hadde en oppfattelse om at «news find me» i sosiale medier.

Min studie vil likevel ha større fokus på personaliseringen av nyhetene i sosiale medier, enn kun deres årsaker til sjeldenkonsum av tradisjonelle plattformer. Forskning på personalisering av nyheter i sosiale medier er et felt som kan utforskes i større grad. Nemlig ikke kun fokusere på at folk får nyheter på sosiale medier, men også studere *hvordan* (Elvestad og Phillips, 2018, s.1). Eiri Elvestad og Angela Phillips (2018) diskuterer myter rundt Internett og sosiale medier i boken «Misunderstanding News Audiences». Her fokuserer de på hvordan folk finner nyheter på ikke-tradisjonelle plattformer. De diskuterer personalisering i et demokratisk perspektiv, basert på egne intervjuer og annen tidligere forskning og diskusjonsfelt. Et annet eksempel er Neil Thurman (2011, s.396) som i «Making ‘The Daily Me’» skriver det har vært en lang tilstedeværelse av personalisering, men har fått manglende oppmerksomhet på forskningsfeltet. Gjennom kvalitativ metode tok han for seg nyhetmedier i USA og Storbritannia, og fikk innblikk i hvordan journalistene jobbet med å personalisere nyhetene for brukerne. Her fant han ut av at journalistene mener brukerne ønsker at innhold skal bli filtrert for dem (Thurman, 2011, s.408). Min studie kan bidra til forskningsfeltet fordi jeg ser nærmere på hvordan *brukerne* av sosiale medier erfarer personalisert nyhetstilgang. Jeg vil i likhet med Elvestad og Phillips (2018) diskutere dette i et demokratisk perspektiv.

1.4 Oppgavens struktur

Oppgaven er strukturert ved at neste kapittel presenterer ulike teoretiske grunnlag som er nyttig å anvende i analysen av mine funn. Jeg vil her først gi en kort presentasjon av *sosiale medier* ved å se på ulike definisjoner. Videre vil jeg trekke frem en nyere forståelse av å være informert, nemlig en *overvåkende borger*. Deretter vil jeg presentere ulike *nyhetspraksiser* i en digitalisert

hverdag, for å bedre kunne forstå informantenes bruk av sosiale medier. Deretter vil jeg ta for meg *personalisering*, med et fokus på teoretiske begreper som kan belyse hva personalisering innebærer i en nyhetssammenheng. Her blir tre filtreringsformer sentralt, som 1) *sosiale nettverk*, med særlig *opinionslederskap* og *sosiale tilknytningsstyrker* som viktige perspektiv. Videre 2) Facebooks algoritmer, og til slutt 3) egen personlig filtrering, hvor «*The Daily Me*» aktualiseres i forståelsen av *fragmentert offentlighet*.

I kapittel 3 vil jeg redegjøre for metodiske valg. Kapittelet handler om utvalg av informanter, og utforming av mediedagbok og intervjuguide. Videre transkribering av intervjuene og dataanalyse. Jeg vil også se på styrker og svakheter ved valg av metodene.

Jeg har delt analysen inn i to ulike kapitler, hvor kapittel 4 og 5 tar for seg hovedfunnene fra intervjuene og dagbøkene. Ettersom informantene trakk frem Facebook i størst grad, vil begge kapitlene fokusere på denne plattformen. Kapittel 4 vil dreie seg om det å følge nyhetsmedier på Facebook, heller enn å benytte seg av nyhetsmediene direkte. Her vil jeg se på hva som ligger bak slik mediebruk og nyhetstilnærming, hvor tradisjonelle nyheter finner veien til andre kanaler. Det ligger her en forståelse om et ønske for å eksponeres for nyheter, der man aktivt og selektivt velger nyhetskilder. Kapittel 5 dreier seg om den sosiale dimensjonen ved Facebook, der venner særlig er sentralt for hvordan informantene både eksponeres for nyheter, men også hvordan de retter oppmerksomheten mot nyhetene. Kapittelet viser en forståelse om at de som ikke aktivt har valgt å følge nyhetsmedier på Facebook, likevel blir tilfeldig eksponert. I begge analysekapitlene vil jeg drøfte funnene underveis i lys av relevante teorier som er presentert i teorikapittelet.

I kapittel 6 vil jeg samle alle trådene for å både kort oppsummere og deretter konkludere mine funn. Jeg vil argumentere for at sosiale medier bidrar til personalisering og drøfte det i et demokratisk perspektiv. Jeg vil også komme med forslag til videre forskning på sosiale medier for nyhetstilgang. Til slutt presenterer jeg litteraturlisten og relevante vedlegg for oppgaven.

Kapittel 2: Teoretisk grunnlag

I dette kapittelet vil jeg presentere teoretiske innganger og begreper som vil få sentral plass videre i analysen av oppgaven, for å kunne besvare problemstillingen: «*Hvordan fungerer sosiale medier som nyhetskanaler for unge voksne som er sjeldenbrukere av tradisjonelle nyhetsmedier?*» Her blir perspektiver rundt *nyheter* og *sosiale medier* viktig å ta for seg, som kan gi bedre forståelse av hva det innebærer å få offentlig informasjon som nyheter, tilegnet et bredt publikum – gjennom sosiale medier som personaliserte kommunikasjonskanaler. Ettersom *personalisert nyhetstilgang* er hovedfokuset i analysen, trengs det et teoretisk grunnlag man kan operere med for å forstå sosiale mediers funksjon i en nyhetssammenheng.

I dette kapittelet vil jeg først gi en kort introduksjon med ulike *definisjoner av sosiale medier*. Dette vil anvendes i analysen der det er relevant for forståelsen av sosiale medier som nyhetstilgang. Videre vil jeg ta for meg perspektiver på *overvåkende borger*, i sammenheng med nyheter. Deretter tar jeg for meg relevante begreper for *nyhetspraksiser* i en digital mediehverdag. Til slutt vil jeg belyse hva *personalisert informasjonstilgang* innebærer ved å trekke frem sosiale nettverk og algoritmers betydning, videre fragmentert offentlighet og «The Daily Me». Ettersom jeg benytter meg av internasjonal forskning som teoretisk grunnlag, vil jeg der det lar seg gjøre, oversette de mest sentrale begrepene til norsk og anvende disse gjennomgående i oppgaven for en bedre språklig flyt. Likevel lar jeg «The Daily Me» stå med engelsk ordlyd for å unngå å undergrave begrepets, som vi skal se – mangfoldige betydning. Jeg vil gjennomgående referere til Graham Meikles (2016) bok *Social Media: Communication, sharing and visibility*, ettersom den har vært en sentral inngang for å utforske dette feltet.

2.1 Kort om sosiale medier

Ettersom studien tar for seg sosiale medier som nyhetstilgang, vil det være nødvendig å definere hva som kjennetegner disse mediene. Sosiale medier som et begrep ble for første gang brukt i norske medier i 2006 (Aalen, 2013, s.15). Ida Aalen (2013, s.14) skriver at sosiale medier skiller seg fra massemedier som aviser, fjernsyn og radio, ettersom i sosiale medier produserer også brukerne innholdet. Enjolras, mfl. (2013, s.11) definerer sosiale medier som et samlebegrep for plattformer på Internett som åpner opp for sosial interaksjon, og gjør det mulig for brukerne selv å skape og dele innhold til andre nettsteder.

Sosiale nettverkstjenester er en underkategori av sosiale medier som er kjennetegnet av muligheten til å vedlikeholde og bygge sosiale nettverk på nett, basert på delte interesser eller aktiviteter (Enjolras, mfl., 2013, s.11). Nicole B. Ellison og danah boyd (2013, s.159) definerer sosiale nettverkssider (SNS) basert på kjennetegn som at man har en brukerprofil, videre en venneliste som gir synlig kobling til andre relasjoner, og at man har en nyhetsstrøm der innhold synliggjøres. En slik nyhetsstrøm eller *nyhetsvegg* (News Feed¹) definerer de som en hver persons innhold som baseres på hvem de har valgt å være «venn» med eller følge på slike sosiale nettverkssider (boyd og Ellison, 2013, s.160). Sosiale nettverkssider tilbyr flere funksjoner som å «like» og kommentere på venners innhold, som gjør at brukerne kan kommunisere med et nettverk som igjen kan være viktige informasjonskilder (boyd og Ellison, 2013, s.159).

I følge danah boyd (2010, s.39) kan sosiale nettverkssider kalles *nettverksøffentligheter*, der de er offentlig både fordi de kobler mennesker sammen til en masse og fordi det tilbys interaksjoner og informasjon. Hun mener at i tillegg til profiler og vennelister så har sosiale nettverkssider verktøy for offentlig kommunikasjon, som støtter offentlig eller semi-offentlig interaksjoner mellom deltakerne (boyd, 2010, s.43). Videre at nettverksøffentligheters handlingsmuligheter skaper et diffust skille mellom det offentlige og private (boyd, 2010, s.52). Meikle (2016, s.7) skriver også hvordan den offentlige sfære av medieindustrier og den personlige sfære av den individuelle respons, nå kan finne sted på samme område. Her skjer den offentlige beskjeden og personlige kommunikasjonen samtidig på sosiale medier (Meikle, 2016, s.4).

Meikle (2016, s.6-7) definerer sosiale medier som *nettverksdatabaserte plattformer som kombinerer offentlig og personlig kommunikasjon*. Han vektlegger *personlig kommunikasjon*, der det er mulig å skape nettverk av venner eller kontakter – som det sentrale ved sosiale medier. Christian Fuchs (2017, s.7) forklarer sosiale medier ved å fokusere på sosial teori, der han peker på at det er ulike former for hva som regnes som *sosialt*. Disse formene mener han er informasjon, kommunikasjon, fellesskap og samarbeid. Videre mener han at når man snakker om sosiale medier, må man spesifisere hvilken betydning av termen *sosial* det er snakk om. I forbindelse med det *sosiale* ved disse mediene, peker Meikle (2016, s.27) på at deling av innhold

¹ Jeg vil gjennomgående i oppgaven benytte meg av begrepet *nyhetsvegg*, for å referere til «News Feed» som nyhetsstrømmen på Facebook

gir muligheter for tilkobling med andre. Deling av innhold har blitt en sentral måte folk opplever tilgang til nyhetsinformasjon (Hermida, mfl., 2012, s.821). Dette kan kobles til boyds (2010, s.46) *søkbarehet* som hun beskriver som en handlingsmulighet ved sosiale medier, som innebærer at det er enkelt og effektivt å få informasjonstilgang her.

Som vi har sett over synes både Enjolras mfl. (2013), Meikle (2016) og Fuchs (2017) å definere sosiale medier ved å fremheve personlig kommunikasjon som interaksjon med andre og deling av innhold. Dette vektlegger de i større grad enn boyd og Ellisons (2013) definisjon, men likevel definerer de andre sosiale *medier*, mens boyd og Ellison definerer sosiale *nettverkssider*.

Definisjonene kan tenkes å utfylle hverandre selv om de vektlegger ulike dimensjoner. Det kan også sies at sosiale medier er et bredt begrep som omfavner flere medier, som gjør det vanskelig å få en klar definisjon på begrepet. Til tross for at Facebook kan anses som en sosial nettverksside, nemlig fordi det gir tilgang til å ha en profil, vennelister, nyhetsvegg og det å skape et offentlig nettverk, velger jeg likevel å omtale Facebook som et *sosialt medium* gjennomgående i oppgaven. Dette er fordi Facebook også tilbyr personlig kommunikasjon og fordi det er et vanligere begrep å benytte seg av. For å kunne se på sosiale medier som nyhetstilgang, vil jeg nå ta for meg teoretiske perspektiv på en *overvåkende borger* i en sammenheng med en demokratisk forståelse på nyheter og opplysning.

2.2 Overvåkende borger

Forholdet mellom nyheter og demokrati er sentralt å ta for seg, ettersom informasjonstilgang er grunnleggende i et demokratisk samfunn (Bennett, 2005, s.3). Nyheter former hvordan vi gir mening til verden og hva som er viktig, og ikke minst gir det oss et grunnlag av delte opplevelser og kunnskap (Pariser, 2011, s.50). Pressen er gjerne kalt «den fjerde statsmakt» fordi den fungerer som offentlighetens talerør, som en fjerde del av maktfordelingsprinsippet mellom den lovgivende, dømmende og utøvende makt (Gripsrud, 2017, s.34-35). Aalberg mfl. (2013, s.281) skriver at det tidligere har vært ansett som borgernes ansvar å følge nyhetene og holde seg informert om politiske og aktuelle hendelser, men at det i den senere tid er stadig flere som ignorerer nyheter. Dette mener Sunstein (2008, s.99) er fordi nye medier vokser frem og informasjonstilgangen øker, som gjør at man enklere velger ut medie- og nyhetsinnhold, som vi senere skal se på i analysen.

I et demokratisk perspektiv på informasjon og opplysning er Michael Schudson et navn verdt å trekke frem. Schudson (1998) skriver i «The Good Citizen» om det historisk politiske livet i USA, der borgerrollen på 1700-tallet rettet seg mot at det ikke var de politiske sakene som var sentralt ved stemmegivning, men selve politikeren. Han skriver dette utviklet seg mot 1800- og 1900-tallet, hvor det for stemmegivningen ble viktig at borgerne var informert om de politiske sakene. Til tross for at han skriver om den amerikanske historien, kan konseptet om å være en «informed citizen» også knyttes til andre vestlige land. Schudson (1998, s.310-311) modifiserte forståelsen av borgernes rolle som *informert* til «*monitorial citizen*», eller i min oversettelse, *overvåkende borger*. Han forklarer at en ny forståelse trengs for hvordan vi forholder oss til nyheter annerledes enn tidligere. Nemlig at istedenfor å omfavne alle nyheter og gå i dybden for å være informerte borgere som et uoppnåelig ideal da informasjonsmengden øker, foreslår han en borger som overvåker nyhetsbildet. Her skjer overvåkning i større grad enn en konstant informasjonssamling, og man følger med gjennom multitasking. Schudson (2000, s.16) mener modellen ikke impliserer at borgerne skal vite om alt til enhver tid, men at man bør være informert og alarmert nok til å identifisere fare mot en selv og offentlighetens gode. Schudson mener man dermed er overfladisk informert nok til at man kan bedømme kandidater og saker i politikken, som ikke krever for mye av borgerne, men samtidig får jobben gjort (referert i: Zaller, 2003, s.118).

Ytre-Arne og Moe (2018, s.230) skriver i en forskningsartikkel at Schudson foreslår at man er en borger som ikke er fraværende, men er på vakt selv når man foretar seg andre ting som holder oppe oppmerksomheten i hverdagen. Ytre-Arne og Moe (2018, s.230) refererer også til Thomas Christiano (2017) om at vi hviler på *informasjonssnarveier* for å bli informert, og ikke klarer holde oss informert uten disse snarveiene. I tillegg argumenterer Ytre-Arne og Moe (2018, s.238) for at teorien om en *overvåkende borger* kan løftes videre til en forståelse av «*occasional monitorial*», som kan oversettes til *sporadisk overvåkende*. Dette baserer de på at deres informanter ikke synes å være fullt informert og heller ikke kan kontrollere hva man ikke får med seg gjennom sosiale medier. Schudsons *overvåkende borger* kan videreføres og anvendes over til et fokus på nyhetsinformasjon i sosiale medier. Dette kan aktualiseres i enda større grad ettersom det ikke bare er mengden aviser som har økt, men flere digitale informasjonskanaler som sosiale medier, gjør det vanskeligere å være fullt informert.

John Zaller (2003, s.114) bygger også på forståelsen av en *overvåkende borger* for hvordan den nye mediesituasjonen gjør det vanskeligere å holde oss oppdatert på nyheter enn tidligere. Zaller (2003, s.114) mener pressen må endre standarden man måler nyhetskvalitet etter, hvor denne tidligere standarden er det han kaller for «The Full News Standard» som dekker offentlig anliggender, med et ideal om en informert borger. I Zallers (2003, s.116) øyne er dette en urealistisk forventning til borgerne, og at vi aldri vil rette oppmerksomheten mot alt vi behøver å vite. Dette mener han er fordi menneskelig kapasitet til å innta all informasjon er begrenset. Han foreslår dermed «*the Burglar Alarm News Standard*», eller i min oversettelse, «*innbruddsalarm*». Her er nyhetsmedienes sentrale oppgave å slå alarm rundt store hendelser, som når noen begår et overgrep mot samfunnet (Zaller, 2003, s.110).

En stor dekning av en nyhetssak mener Zaller (2003, s.122) spres til andre medieplattformer og fanger oppmerksomheten til en *overvåkende borger*. Selv om han retter seg mot hvordan den redaksjonelle pressen kan alarmere om viktige hendelser som å gjøre de mer underholdende og iøynefallende, kan dette også kobles til sosiale medier som vi skal se nærmere på i analysen. En årsak til at Zaller (2003, s.111) peker på en slik ny standard, kommer av at han mener skillet mellom politiske og underholdningsnyheter er svekket, som bidrar til at flere enklere trekker seg unna de politiske nyhetene. Dette samsvarer med det Markus Prior (2005, s.577) sier om at det i digitale medieomgivelser ikke er mangel på ressurser, men mangel på motivasjon som er hovedhinderet for å bli informerte mediebrukere. Vi skal nå se nærmere på teoretiske begreper for nyhetspraksiser i denne forbindelse.

2.3 Praksiser for nyhetslesning i digitale bruksmønstre

Vi har over sett at Schudson (1998) mener man behøver andre måter å forstå hvordan man holder seg informert, og at Zaller (2003) mener nyhetsmediene må finne nye måter å rette seg mot Schudsons *overvåkende borger*. I sammenheng med dette vil jeg videre presentere teoretiske begreper som beskriver ulike nyhetspraksiser. Det har blitt forsket mye på digital nyhetsbruk og jeg vil samle noen sentrale nyhetspraksiser i en tabell, for å få oversikt over skillet mellom intensjonell og ikke-intensjonell tilgang til, eller oppmerksomhet mot nyheter. Disse vil jeg anvende i størst grad i analysen. Men jeg vil etter presentasjonen av tabellen også henviser til flere relevante begreper for nyhetspraksiser, selv om de får mindre plass i analysen. Tabellen inkluderer også Schudson og Zallers begreper, ettersom de kan forstås i sammenheng med

nyhetspraksiser. Tabellen presenterer begrepene slik de fremstår å treffe kategoriene eller slik forfatterne selv beskriver teoriene. Senere i analysen argumenterer jeg for at noen av begrepene kan overlappe og gå på tvers av kategoriene. Etter presentasjonen av tabellen vil jeg redegjøre for begrepene og flere nyhetspraksiser.

Forfatter/teoretiker	Intensjonell nyhetseksposering	Ikke-intensjonell nyhetseksposering
Schudson	<i>Overvåkende borger</i> (Monitorial Citizen)	
Zaller		<i>“Innbruddsalarm”</i> (“the Burglar alarm”)
Ørmen	<i>Sjekking</i> (Checking up) <i>Fordypning</i> (Digging in)	<i>Snuble over</i> (Stumble upon) <i>Bakgrunnsflyt</i> (Flowing along)
Meijer og Kormelink	<i>Overvåking</i> (Monitoring)	
Schrøder	<i>“Handlekurv”</i> (“Shopping carts”) <i>Nytteverdi</i> (Worthwhileness)	
Mathieu og Pavlickova	<i>Oppstrømslesning</i> (Upstream reading) <i>Saksrelevans</i> (Topical relevance)	<i>Nedstrømslesning</i> (Downstream reading)
Fletcher og Nielsen		<i>Tilfeldig eksponert</i> (Incidentally exposed)
Toff og Nielsen		<i>“Nyhetene finner meg”</i> (“News find me”)

Tabell 1: Oversikt over hvordan de teoretiske begrepene til Schudson og Zaller, samt begreper for nyhetspraksiser – kan skilles mellom intensjonell og ikke-intensjonell nyhetstilnærming. Tabellen viser også hvordan begrepene kan ses i sammenheng med hverandre.

2.3.1 Aktivt søkende og tilfeldig eksponert

Begrepene vi har sett i tabellen over og flere jeg nå skal trekke frem, viser blant annet forholdet mellom hvordan man aktivt og tilfeldig forholder seg til nyhetsinformasjon. Jacob Ørmen (2016) kategoriserer fire måter for hvordan rette oppmerksomheten mot nyheter i «Are you paying attention», basert på hans egen studie. Disse er «*digging in*», «*flowing along*», «*checking up*» og «*stumbling upon*». Jeg vil i størst grad anvende de to *sistnevnte* i analysen. «Digging in», eller i min oversettelse, *fordypning*, er en praksis der man går i dybden på nyhetene ved å for eksempel sette seg ned og lese tre aviser om en hendelse (Ørmen, 2016, s.168). «Flowing along», eller i min oversettelse, *bakgrunnsflyt*, vil si at nyhetene er i bakgrunnen og ikke hovedattraksjonen. Her kan man ha en TV-nyhetssending i bakgrunnen av en sosial setting (Ørmen, 2016, s.173).

«Checking up», eller i min oversettelse, *sjekking*² av nyheter, innebærer å ta en rask overordnet oversikt uten å gå i dybden på detaljnivå. Her skimleser man gjerne overskrifter, «scanner» for spesifikke nyheter eller kaster et blikk over for eksempel avisen for å sjekke om det har hendt noe siden sist. *Sjekking* er lik *fordypning* i måten man bevisst søker ut nyhetene, men ulik i måten man retter oppmerksomheten, der *sjekking* distribueres i korte øyeblikk gjennom dagen (Ørmen, 2016, s.171). Meijer og Kormelink (2015, s.669) beskriver *sjekking* som en effektiv rutine av å for eksempel daglig sjekke mail. Meijer og Kormelink (2015, s.670) skriver at det i dag trengs en annen forståelse av hvordan man *sjekker* nyheter, der man tidligere gjorde dette i en pause på jobb – har nyhetene i dag blitt en del av den hverdagslige rutinen. De skriver at dagens «sjekkesyklus» består av mikro-øyeblikk som fylles med å *sjekke* og oppdatere seg på sosiale medier (Meijer og Kormelink, 2015, s.675). På sosiale medier skjer *sjekking* raskt, i øyeblikket og uanstrengt, i motsetning til de redaksjonelle mediens nyhetslevering (Meijer og Kormelink, 2015, s.669). *Sjekking* kan kobles til Schudsons (1998) *overvåking*, der Meijer og Kormelink (2015, s.672) mener *overvåking* har blitt enklere gjennom sosiale medier, der folk er aktivt invitert til å følge hendelser som er viktig for dem selv.

Sist men ikke minst er Ørmens (2016, s.174) begrep «*stumbling upon*» sentralt, som oversettes til å *snuble over* nyhetene. Dette innebærer at dagliglivet gir oss måter å komme over nyhetene

² Selv om flere forfattere skriver om *sjekking* som nyhetspraksis, er det i hovedsak Ørmen (2016) jeg refererer til når jeg benytter meg av begrepet i analysekapitlene.

på, til tross for at vi ikke oppsøker informasjonen selv. Han mener det er en nyhetspraksis som foregår i øyeblikket og ikke er intensjonell. Dette begrepet kan synes å henge sammen med folketeorien «*nyhetene finner meg*» av Toff og Nielsen (2018, s.8), der folk kommer over nyheter på sosiale medier. Nyhetsmediene dominerer ikke lenger distribusjon av innhold, men spiller fortsatt en sentral rolle i å produsere mye informasjon som folk kommer over gjennom digitale plattformer (Toff og Nielsen, 2018, s.3). Fletcher og Nielsen (2017, s.2) skriver også at mediebrukere kan potensielt bli *tilfeldig eksponert* for nyheter, selv om de benytter seg av sosiale medier for andre formål. Her kan man se andre diskutere eller publisere nyheter, men også gjennom linker fra etablerte nyhetsmedier (Fletcher og Nielsen, 2017, s.4-5).

2.3.2 Utvalg av nyhetsmedier og nyhetsinnhold

I motsetning til forståelsen av at man kan *snuble over* nyhetene (Ørmen, 2016, s.172) og dermed bli *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2), skriver Kim Schrøder (2015, s.61) i «News media old and new», at folk aktivt velger ut diverse medier i hverdagen, både tradisjonelle og nye medier – og videre velger ut kriterier for nyhetslesning. Schrøder (2015, s.61) fremlegger et teoretisk grunnlag der man kan se på mediebrukere i et «supermarked av nyheter», og tar nyhetsmedier fra hyllene ned i «*handlekurver*» etter hva man har tid til og hva man finner nødvendig, uunnværlig eller underholdende. Han diskuterer også begrepet «*worthwhileness*», som jeg vil kalle *nytteverdi*, og innebærer at det må oppleves subjektivt verdifult å ta i bruk et medium for nyheter (Schrøder, 2015, s.63).

Schrøder (2015, s.63) peker på syv dimensjoner ved dette flerdimensjonelle nytteverdi-begrepet, hvor jeg nå vil trekke frem de mest relevante for min studie: *Tidsbruk* innebærer at et nyhetsmedium må være verdt tiden. Noen nyhetsmedier oppleves som så viktige at man tar seg tid til å bruke dem, mens andre brukes når de er praktiske gjennom hverdagen. *Offentlig tilknytning* innebærer et skille mellom «demokratisk verdighet» som er innhold som henvender seg til borgeridentiteten, og «hverdagsverdighet» som er innhold som knytter seg til personlige nettverk. *Tilpasning til situasjonen* går ut på at medier tilpasses behov, hvor situasjonen nyhetsmediet brukes i har betydning. *Teknologisk appell* dreier seg om hvordan mediene fungerer og har dermed betydning for valg av hvilke medier.

Mathieu og Pavlickova (2017, s.427) mener Facebook kan kalles et *meta-medium* fordi denne plattformen er organisert rundt en *kryss-media logikk*, som tilbyr publikum å bli eksponert for et bredt og variert innhold på et sted. De peker på to lesestrategier på Facebook, hvor «upstream reading», eller i min oversettelse, *oppstrømslesning* – innebærer at brukeren forsøker å påvirke innholdsflyten på nyhetsveggen på forhånd. Man bidrar dermed til å kontrollere hvilke nyheter og omfanget man eksponeres for, som ved å klikke «like» på et type innhold. «Downstream reading», eller i min oversettelse, *nedstrømslesning* – vil si at man forsøker å la Facebook være en upåvirket innholdsstrøm, hvor man ikke forsøker å kontrollere hva man eksponeres for (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433-434). Mathieu og Pavlickova (2017, s.432) refererer til Schutz (1970) som mener at «*topical relevance*», eller i min oversettelse, *saksrelevans*, vil si at å anse at noe har en tilhørighet, vil gi det relevans. Mathieu og Pavlickova (2017, s.432) knytter begrepet til Facebook, hvor man er selektiv gjennom å «like» innhold eller følge sider basert på egne interesser. Vi har dermed sett på noen nyhetspraksiser som er nyttige å operere med for en senere analyse av sosiale medier som *personalisert* nyhetstilgang. Personalisering er fokuset for neste del vi nå skal ta for oss.

2.4 Personalisert tilgang til nyhetsinformasjon

Nyhetshistorier fra tradisjonelle nyhetsmedier blir synliggjort gjennom sosiale medier, hvor nyhetene deles og kommenteres (Christensen, 2013, s.232). Nyhetstilgangen på sosiale medier kan dermed bli *personalisert*. Barrie Gunter (2008, s.96) skriver at Internett representerer et bredt omfang av informasjonsformer om hvilket som helst tema, som videre tilbyr brukerne informasjon av personlig betydning. Thorson og Wells (2016, s.313) mener at overflod av informasjon fører til nødvendighet for selektivitet, hvor de fremlegger et teoretisk begrep kalt «*curated flows of information*». De mener *kurasjon* er den grunnleggende handlingen i våre medieomgivelser, hvor individene er i sentrum av personlig informasjonsnettverk i flere kryssende innholdsstrømmer (Thorson og Wells, 2016, s.310). For å belyse hva personalisering innebærer, vil jeg benytte meg av Thorson og Wells' (2016, s.314) *sosial kurasjon*, *algoritmisk kurasjon* og *personlig kurasjon*, som inngang til flere sentrale teoretiske begreper. Jeg vil først ta for meg sosial kurasjon ved å trekke frem teorier som *opinionslederskap*, *to-steps-hypotesen*, «*framing*» og *sosiale tilknytningsstyrker*. Deretter vil jeg se på algoritmisk kurasjon, før jeg trekker jeg frem forståelsen av *fragmentert offentlighet* som er en sentral diskusjon i

medieforskningen. Her vil personlig kurasjon videre synes gjennom presentasjonen av «*The Daily Me*». Jeg vil likevel benytte meg begrepet *filtrering* enn kurasjon. Dette er for å beholde et enklere språk og ikke minst fordi informantene selv benytter seg av termen, filtrering.

2.4.1 Filtreringer basert på sosiale nettverk og algoritmer

Sosial kurasjon vil si informasjonsflyt som er influensert av ens sosiale nettverk – der venner, familie og bekjentskap står sentralt og kan spille en rolle som opinionsledere (Thorson og Wells, 2016, s.316-317). Teorien om *opinionslederskap* ble utviklet av Katz og Lazarsfeld (1955) i boken «*Personal Influence*». Her beskriver de hvordan enkeltpersoner er viktig for andres informasjonsforståelse og beslutninger. Gjennom deres studie av presidentvalget i USA i 1940, fant de ut av at velgerne endret deres syn gjennom denne perioden, ettersom andre mennesker spilte en rolle for personlig innflytelse. Her beveger informasjon seg i flere ledd, der *to-steps-hypotesen* innebærer en forståelse av at ideer og budskap går fra tradisjonelle medier til opinionsledere, og fra dem videre til de mindre aktive seksjonene av befolkningen (Katz og Lazarsfeld, 1955, s.31-32). Sujin Choi (2015, s.697) mener denne modellen fikk stor oppmerksomhet i en tid hvor det var en forståelse om at mediene hadde sterk makt over publikum, og hvor det etter deres undersøkelse ble viktig å anse andres rolle i informasjonsspredning, ikke kun direkte fra mediene.

To-steps-hypotesen er en kommunikasjonsmodell som har blitt videreutviklet i senere tid. Bennett og Manheim (2006) trekker frem hvordan det i dag istedenfor kan være mer aktuelt med en «one-step-flow». De mener at teknologiske endringer som fragmentering av kommunikasjonskanaler, gjør at man kan motta budskap direkte fra mediene som reduserer opinionsleders rolle (Bennett og Manheim, 2006, s.214-215; Choi, 2015, s.699). Thorson og Wells (2016, s.310) strekker derimot denne forståelsen ved å si at det ikke er riktig å snakke om *et* type mønster av informasjonsflyt, men at det er konkurrerende mønstre basert på individers interesser, sosiale nettverk og infrastrukturen av digital kommunikasjon. De mener at sosiale medier åpner for at folk leser nyheter som er «likt» eller anbefalt av venner, som både kan spille en rolle som opinionsleder og ikke (referert i: Choi, 2015, s.697).

Den sosiale omgangskretsen kan innta rollen som nyhetsredaktør, ved å bestemme hvorvidt innholdet er viktig, interessant eller underholdende nok til å anbefales videre (Hermida mfl.,

2012, s.821). Hänggli (2012, s.301) refererer til Gerth og Siegert (2012) som forklarer at «*media frames*» innebærer argumenter, ord eller bilder som journalistene benytter seg av når de skal dele informasjon om en sak til publikum. En nyhetshistorie er en bemerkning av interesse og viktighet, og nyheten foreslår at det som er publisert er viktig for offentligheten (Schudson, 1995, s.20-21). På denne måten har journalistene alene til en viss grad hatt kontroll over å bestemme hva som er viktig gjennom seleksjon og distribuering av nyheter, men der sosiale medier kan endre forståelsen av at industrien skal bestemme hva offentligheten behøver å vite, og når de bør vite det (Hermida, mfl., 2012, s.817). Den tradisjonelle «gatekeeping»-funksjonen kan synes svekket ettersom nyhetskonsumenter knytter seg til personlige nettverk for å bli informert. Meikle (2016, s.77) refererer til Bruns (2005) som peker på begrepet «gatewatching», som skjer gjennom delingsrollen og gir oppmerksomhet til hva som er bemerkelsesverdig av det som publiseres i massemediene. Gjennom *sosial deling* mottas nyheter basert på anbefalinger fra venner, som separerer nyhetssaken fra dets originale kontekst, til at venners delinger av innholdet blir forbundet med nyheten (Hermida, mfl., 2012, s.822).

I forbindelse med sosial tilknytning kan begrepet «social ties» trekkes frem, hvor man skiller mellom «*strong*»- og «*weak ties*». Jeg vil avende disse begrepene av tilknytningsstyrker i en norsk oversettelse. Granovetter (1983, s.201) definerer *svake bånd* som bekjente og *sterke bånd* som nære venner. Valenzuela mfl. (2018, s.120) fyller ut forståelsen av begrepene, hvor *svake bånd* kan være en venn av en venn, og fungerer som en kobling mellom en fjern klynge av mennesker. *Svake bånd* tilbyr informasjon og et mangfold av perspektiver. Videre at *sterke bånd* kan synes blant enkeltpersoners nære forbindelser, hvor venner deler overlappende informasjon og gir følelsesmessig støtte, tillit, gjensidig hensyn og forsterkning av ideer. Granovetter (1983, s.209) mener *svake bånd* tilbyr folk informasjonstilgang forbi egen sosial omgangskrets, mens *sterke bånd* gjerne har større motivasjon for å assistere og er enklere tilgjengelig. Valenzuela mfl. (2018, s.121) anvender begrepene over til sosiale medier og peker på at Facebook kobler oss sammen med personer man allerede har et eksisterende forhold eller en delt identitet med. Videre at *svake bånd* som politikere og kjendiser, men også *nyhetsinformasjon* – dukker som oftest opp i form av «likes» enn venner. De mener Facebooks algoritmer dermed synliggjør *sterke bånd* i større grad, som tar oss videre til neste kurasjonsform.

Algoritmisk kurasjon går ut på at dataalgoritmer som ofte er usynlige for brukerne, er med på å bestemme hvilket innhold som vises. For eksempel tilpasser Facebook hvem og hva man ser på ens sosiale nyhetsvegg. Algoritmene baseres på hva du har «liket» av innhold tidligere, eller hva folk som deg har «liket», som dermed styrer informasjonsspredningen (Thorson og Wells, 2016, s.317-318). Desto mer tid man bruker på en interaksjon med noen, desto mer sannsynlig er det at Facebook vil vise oppdateringer fra denne personen. Noe innhold veier også tyngre enn annet, og eldre publiseringer viker til fordel for nyere oppdateringer (Pariser, 2011, s.37-38). Man kan dermed frykte informasjonsisolasjon ettersom algoritmene ofte baseres på individers preferanser, hvor det å ikke klikke på nyhetssaker vil kunne redusere mengden av nyheter som dukker opp på nyhetsveggen – som igjen kan forlenge gapet mellom politisk informasjon (Thorson og Wells, 2016, s.318). På denne måten har vi har liten mulighet til å overstyre valgene når vi ikke vet hva som har blitt fremhevet og hva som har blitt valgt bort av algoritmene (Aalen, 2013, s.136). Den økte informasjonstilgangen som gir sosiale og algoritmiske filtreringer, kan videre vise veien til forståelsen om fragmentert offentlighet og personlig seleksjon, gjerne kalt «The Daily Me».

2.4.2 Fragmentert offentlighet

Perspektivet på fragmentering kommer av at man i dag kan koble seg til offentligheten på flere måter gjennom enorm informasjonsspredning på Internett og sosiale medier, hvor en bred samfunnsdebatt kan synes fragmentert til flere plattformer (Schwebs og Østbye, 2013, s.277). I denne sammenhengen er offentlighetsteoretikeren, Jürgen Habermas sentral. I boken «The Structural Transformation of the Public Sphere» (1962, oversatt til engelsk i 1989), setter han et skille mellom at den offentlige sfære er åpen og tilgjengelig for alle, mens den private sfære er lukket (Habermas, 1989, s.1). Offentligheten kan defineres som et imaginært felles rom, en allmenning for informasjonsinnhenting, kulturopplevelser og samtale, hvor de fleste i en eller annen forstand tilbringer store deler av døgnet. Offentligheten gir oss felles kunnskaper og erfaringer, og demokratiet er noe vi alle er med på å forvalte gjennom vår tilknytning til den (Gripsrud, 2017, s.15-17). Jensen (2013, s.191-192) skriver at Habermas' ideal for en deliberativ prosess var at borgerne forbi egeninteresser skulle diskutere seg frem til den beste politiske løsning. Habermas (1989, s.203) mente at den offentlige sfære har mistet sin plass, ettersom det mangler en klar grense mellom det offentlige og private rom. Et tydelig skille mellom sfærene er grunnleggende for hans borgerlige offentlighet (Habermas, 1989, s.141).

Videre mente Habermas (1989, s.188) at med massemediene er den offentlige sfæren utvidet, men likevel trukket tilbake som en følge av press fra privatsfærens individuelle interesser. Pressen ble utviklet til å inkludere ideologier og synspunkt, enn å produsere nyheter i sin rene form (Habermas, 1989, s.182). Pressen gir massene adgang til offentligheten, men Habermas (1989, s.169) mente at den utvidede offentligheten mister politisk karakter gjennom kommersielt fiksert forbrukerholdning. Han mente massemediene bidrar til konsumering av smak og behag (Habermas, 1989, s.171). Videre at det i dag må opprettes anledninger for identifikasjon, hvor den offentlige sfære må skapes fordi den ikke lenger er tilstede (Habermas, 1989, s.201).

Offentligheten er tradisjonelt forbundet med at den politiske dagsorden blir satt av nasjonale nyhetsmedier (Jensen, 2013, s.192). Vi ser at Habermas beholder forestillingen om at mediene kan gjenskape en form for felles og samlet offentlighet, men kan tenkes å være under press gjennom sosiale medier (Jensen, 2013, s.193). Ifølge Habermas bidro dannelsen av politiske partier og interessemotsetninger til at det ikke lenger finnes en åpen «felles» debatt, men er blitt fragmentert (Gripsrud, 2011, s.237). Fragmentert mediebruk kan gjøre det vanskeligere å samle mange på samme arena, slik som Habermas' ideal for borgerlig offentlighet (Moe, 2009, s.287-288). Dette innebærer en forståelse om at offentligheten kan svekkes, da flesteparten av borgerne ikke følger «den felles samtalen», eller ikke opplever at den angår dem (Gripsrud, 2017, s.28).

Nancy Fraser (1990, s.68) kritiserer Habermas' idealisering av en liberal offentlig sfære i «Rethinking the public sphere», der hun mener at en ideal deltakelsesform i offentligheten ikke oppnås gjennom kun *én* offentlighet, men gjennom flere. Videre kritiserer hun hans karakterisering av hans borgerlige offentlighet som en arena hvor diskusjonstema er bundet til «det felles beste», hvor «private interesser» ikke tilhører offentligheten. Hun mener Habermas' syn på den offentlige sfære som en kollektiv arena, ikke viser at mennesker selv kan bestemme hvorvidt noe er av individuell offentlig interesse (Fraser, 1990, s.69). Markus Prior (2005, s.577) skriver derimot at fragmenteringen bidrar til kløfter i kunnskap og politikk, som kan synes å tilhøre et habermasiansk synspunkt. Fragmenteringen gir mulighet til å eksponeres for medieinnhold man er interessert i og enig med, hvor det fryktes at man forblir i «ekkokamre» (Enjolras mfl., 2013, s.131). Nettverksdigitale teknologier kan utvide muligheten for å skape og motta personalisert sosial nyhetsspredning (Hermida mfl., 2010, s.821). Dette er noe vi nå skal se nærmere på i forbindelse med «The Daily Me».

2.4.3 Egen personlig filtrering – “The Daily Me”

Den tredje kurasjonsformen til Thorson og Wells (2016, s.315) er *personlig kurasjon*. Dette innebærer at digitale medier øker individers muligheter til å forme deres egne erfaringer med informasjon tilpasset egne preferanser. I sosiale medier kan man tilpasse, skreddersy og personliggjøre hva man følger og «liker», som for hver bruker produserer unike informasjonsstrømmer (Meikle, 2016, s.80). Brukere av sosiale medier mottar ikke bare nyheter, men distribuerer det også gjennom deling av informasjon og historier med selv-valgte nettverk av venner (Meikle, 2016, s.80). Dette er en personlig informasjonskilde som Nicholas Negroponte (1995) forutså. Han mente at istedenfor å lese det andre bestemmer er nyheter og hva som er verdig nyhetens omfang, vil det å være digital endre måten vi gjør en nyhetsseleksjon – der egne interesser spiller større rolle. En personalisert avisoppsummering tilpasset hver enkelt kalte han «*The Daily Me*» (Negroponte, 1995, s.153). Pariser (2011, s.22) skriver at Negroponte forutså en fremtid der man nærmest har en personlig «butler» som gir oss kun våre favoritt-tema. Negroponte mente Internett kunne skape mer mangfold og forskyve en maktbalanse fra nyhetsbyråene til enkeltes individuelle valg (referert i: Elvestad og Phillips, 2018, s.13).

I «Making ‘The Daily Me’» definerer Neil Thurman (2011, s.397) personalisering som en form for bruker-til-system interaktivitet, som gir et sett av teknologiske egenskaper for å tilpasse innholdet, leveringen og anordningen av kommunikasjon til den enkelte bruker. Han mener denne definisjonen ekskluderer interaktivitet mellom mennesker, som å kommunisere på hverandres offentlige profiler i sosiale medier. Han mener personalisering ikke er noe nytt, der «The Daily Me» har eksistert så lenge pressen har det, ettersom folk har ulike personligheter og dermed alltid har konsumert visse seksjoner og ignorert andre (Thurman, 2011, s.411).

Cass R. Sunstein (2008, s.95) mener at i den digitale æra kan det synes positivt å kunne redusere eksponering for uinvitert støy, men at det fra et demokratisk synspunkt er viktig at mennesker blir eksponert for materiale de selv ellers ikke ville valgt. Videre mener Sunstein (2008, s.99) at «The Daily Me» innebærer sjelden bruk av plattformer som tilbyr motstridende syn, men at mange velger å hente informasjon som samsvarer egne synspunkt. Han mener dermed at med en dramatisk økning i valg og større makt til å skreddersy egen informasjonstilgang, oppstår økning i bredden av faktiske valg. Han mener disse valgene kan føre til at man oppsøker innhold som føles komfortabelt, eller som skapt av og for folk som en selv (Sunstein, 2008, s.99). En perfekt

individuell kontroll kan utfordre det offentlige rom som skal forsikre at mennesker støter på viktig materiale, ettersom eksponering av innhold forbi egne valg gir større kunnskap og forståelse om hvordan felles borgere tenker (Sunstein, 2008, s.96).

I denne sammenhengen kan Eli Pariser (2011, s.15) «*filterboble*» trekkes frem, nemlig en metafor om at vi risikerer å forbli i rom av isolasjon av det foretrukne og gjenkjennelige, som gir mindre rom for informasjon av nye innsikter og kunnskap. I en «*filterboble*» mener han at man ikke ser det man ikke er interessert i og ikke vet hva man går glipp av (Pariser, 2011, s.106). «*The Daily Me*» er et begrep som kan aktualiseres gjennom den økte bruken av sosiale medier. Dette har skapt frykt for prosessen av selv-seleksjon, som også blir forsterket av algoritmer som kan skape ekkokamre, eller at folk forblir i deres «*filterbobler*» av interesser. Her vil innhold som mislikes skjules for dem (Fletcher og Nielsen, 2017, s.3-4).

Shah mfl. (2007, s. 681) beskriver også «*The Daily Me*» som nye miljøer av tilpassede portaler og søkemotorer, der brukere av Internett som samfunnspolitisk nyhetskilde – truer sjansen for eksponering av informasjon forbi utvalgt interesseområde. Men de mener det ikke nødvendigvis er så skreddersydd eller skadelig for offentligheten, der virkningen på samfunnsengasjement kan overgå tradisjonelle medier når de måles sammenlignet (Shah, mfl., 2007, s.681). Denne oppfatningen støtter at Internett fremmer offentlig engasjement, fordi brukerne kan motta nyheter raskere, lære om forskjellige synspunkter og gå i dybden på spørsmål av betydning. Fletcher og Nielsen (2017, s.4) mener også at sosiale medier kan skape rom for informasjonstilgang som inkluderer det man er uenig med eller mangler interesse for. En viktig del av et demokratisk styresett er å ha *informasjonsfrihet*, i tillegg til ytringsfrihet, der vi har rett til å søke og motta informasjon og kulturerfaringer av eget ønske (Gripsrud, 2017, s.29).

Kapittel 3: Metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for forskningsprosessen og ulike valg jeg har foretatt meg for å kunne belyse og besvare studiens problemstilling. Jeg vil også begrunne utvalg av informanter, etiske problemer, gjennomføringen av metode, og ikke minst kritiske refleksjoner rundt fremgangsmåten. Aller først vil jeg ta for meg valg av metode.

3.1 Mediedagbok og dybdeintervju

For å undersøke unge mediebrukeres erfaringer med nyhetsinformasjon i sosiale medier, og deres sjeldenbruk av tradisjonelle nyhetsmedier i denne forbindelse, valgte jeg en forskningsmetode som tillater å gå i dybden på forskningsinformantenes opplevelser. Særlig et sjeldenbruker-perspektiv krever en *kvalitativ* forskningsmetode for kunne gå i dybden på hvorfor de sjeldent benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier, og deres bruk av sosiale medier i en slik sammenheng. Kvantitativ metode kan tilby bredde og kartlegging av hvor mange som benytter seg av sosiale medier for nyheter, men vil ikke nødvendigvis være like fruktbar for å finne ut hvilke erfaringer og følelser mediebrukerne har (Gentikow, 2005, s.36). For å komme mest mulig i dybden på informantenes bruk av sosiale medier for nyhetstilgang, har jeg valgt både *mediedagbok* og *dybdeintervju* som en del av det kvalitative forskningsdesignet.

Hovedårsaken til at jeg valgte å inkludere *mediedagbok* i studien er fordi det kan overkomme problemer som at informantene ikke husker deres medieaktivitet under intervjuene (Alaszewski, 2011b, s.6). Mediedagbøker kan også artikulere oppfatninger som forskeren selv ikke har tenkt over på forhånd (Gentikow, 2005, s.101). Gentikow (2005, s.42-43) beskriver videre flere styrker ved en dagboksmetode. For det første inkluderer dagbøker naturlige betingelser i forskningen, som hevdes å ha høy reliabilitet og validitet nettopp fordi datamaterialet stammer fra situasjoner i den virkelige verden, uten å være manipulert. Mediedagbok tilbyr forskeren mer realistisk innblikk i informantenes omgang med bestemte medier. Dette kan gi viktige kontekstuelle opplysninger om de holdningene informantene uttrykker i samtalen med forskeren i etterkant.

Couldry, mfl. (2007, s.47-48) peker også på sentrale sider ved mediedagbok. Disse er at man kan oppnå dypere oppfatning av informantenes refleksivitet over offentlig tilknytning og mangel på den. Videre kan det være nyttig å få informantene til å reflektere på egenhånd, uten forskerens fysiske tilstedeværelse, og gir i tillegg kartlegging over deltakernes refleksjoner over en lengre

tidsperiode. Dagbøker produserer detaljert informasjon som gjør at forskeren kan justere mer detaljerte spørsmål, for å få kunne intervju mediebrukeren om han eller hennes nyhetsvaner ut fra det som blir beskrevet av informanten på forhånd. De mener også at selvproduserte dagbøker genererer bevis rundt konteksten av hverdagshandlinger som ikke hadde vært mulig uten. Det er likevel viktig å være klar over potensielle ulemper ved metoden, særlig når man skal analysere datamaterialet. Dette er at det kan virke unaturlig å skulle oppfordres til å skrive mediedagbok, hvor informanten trolig ikke ville gjort dette av seg selv (Gentikow, 2005, s.43). I tillegg forplikter deltakerne seg til en lengre tidsperiode, hvor deltakelsesresponsen kan være lav, særlig også med intervjuer i tillegg. Likevel opplevde jeg å få nok interesserte informanter.

I tillegg til mediedagbok har jeg valgt *dybdeintervju* for å følge opp og gå mer i dybden på funnene fra dagbøkene. Gentikow (2005, s.99) skriver at det kan være en styrke å oppfordre informantene til å skrive dagbøker som en *innledende* fase av forskningen, ettersom skriftlige data kan gi verdifulle innblikk i informantenes forståelser om fenomener, som gir velegnet grunnlag for å lage en god intervjuguide. Hun mener dagbøkene også fungerer for å gjennomføre intervjuene fokusert, detaljert og i dybden. I denne forbindelse skriver Elgesem og Olsen (2013, s.19) i deres studie av unges forhold til nyheter, at mediedagbok bør suppleres med intervjuer for å kunne fange opp deltakernes interessante og kortfattede kommentarer. Vi ser dermed hvordan metodene kan utfylle hverandre for å oppnå et rikere materiale.

Gjennom kvalitativ metode får informantene i større grad drøftet hva de mener, noe som krever dialog (Gentikow, 2005, s.36). Jeg har valgt den klassiske intervjuformen som er ansikt-til-ansikt-intervju, hvor direkte nærvær kan avgi gode og direkte svar (Gentikow, 2005, s.84). Jeg har også benyttet meg av det som kalles *semistrukturerte intervjuer*, hvor informantene ble intervjuet enkeltvis, og hvor man har utarbeidet en intervjuguide på forhånd. I slike intervjuer åpnes det for fleksibilitet, hvor man kan forfølge det informantene svarer videre, uten å måtte følge intervjuguiden slavisk (Bryman, 2016, s.468). Dette ble sentralt for mitt prosjekt, særlig fordi informantene i hver deres mediedagbok skrev egne eksempler på nyheter i sosiale medier. Her måtte jeg tilpasse noen spørsmål til hvert enkelt intervjuguide for å komme i dybden på deres opplevelser. Jeg vil komme tilbake til utforming av mediedagbok og intervjuguide senere.

3.2 Informanter

Studien er basert på mediedagbøker og dybdeintervjuer med elleve informanter, der de samme deltakerne som ble intervjuet hadde skrevet mediedagbok på forhånd. Antallet intervjuer sammenfaller med Gentikows (2005, s.77) anbefalinger for et minimumsantall på ti informanter i en kvalitativ studie. Den opprinnelige planen var ti informanter, men ettersom jeg fikk kontakt med flere interesserte, valgte jeg å inkludere enda en deltaker da gjennomføringen gikk fortere enn forventet. Mediedagbøkene og intervjuene ble gjennomført høsten 2017 i Bergen, der informantene ble intervjuet enkeltvis et par dager etter den enkeltes dagboks slutt. Jeg vil nå ta for meg pilotstudien, rekruttering av informanter og kort informasjon om informantene.

3.2.1 Pilotstudie

Før man gjennomfører metoden for datainnsamling, kan det være en styrke å utføre et pilotstudie, der man tester intervjuguiden på forhånd og kunne endre spørsmål som fremstår tvetydig, samt for å teste intervjuets lengde, der informantene i verste fall kan slite med å henge med (Gentikow, 2005, s.81). I mitt tilfelle var det viktig å teste både dagboken og intervjuguiden for å avdekke eventuelle uklare formuleringer eller om spørsmålene opplevdes vanskelig. Jeg utførte også pilotstudien for å teste om jeg fikk dekket områdene jeg var interessert i å finne ut av og stilte rette spørsmål for studiens formål. Deltakerne for pilotstudien var to jenter på 18 og 23 år. Begge gjennomførte *dagboken* ettersom den var viktigst å få testet, særlig ettersom jeg ikke kunne være tilstede for oppfølgingsspørsmål under dagbokføringene. Men jeg gjennomførte kun et *pilotintervju*. Dette foregikk over Skype ettersom hun hadde flyttet utenlands.

Etter pilotstudien så jeg at noen spørsmål i dagboken fint kunne kombineres. Videre at det trengtes småjusteringer som å spesifisere og tydeliggjøre spørsmålene ytterligere. Utenom dette svarte de utfyllende de dagene de fikk med seg nyheter i sosiale medier. Mine erfaringer av pilotstudien var videre at dagbok og intervju fungerte godt sammen, der jeg i intervjuet videre kunne gå i dybden på spørsmål av betydning. Etter pilotstudien gjorde jeg meg opp flere tanker, nemlig at det kunne være enklere for både meg og informantene med skjermbilder av nyhetene de så i sosiale medier. Dermed behøvde de ikke å huske hva de har sett eller svare særlig omfattende. Men den første informanten jeg rekrutterte valgte å trekke seg ettersom det fremsto som for mange elementer å forholde seg til. Dermed fikk jeg fjernet skjermbilder som et «krav» i

informasjonsskrivet, før jeg gikk ordentlig i gang med studien. Jeg skrev istedenfor at det var et *tips* for deltakerne å ta skjermbilder for deres *egen* del, slik at de enklere kunne huske og beskrive nyhetene og deres følelser. Det var ingen som svarte at det fremsto som for mye arbeid etter denne endringen. Jeg valgte å ikke inkludere pilotstudien i analysen, til tross for at det ikke var store endringene. Men særlig for å ikke risikere å svekke studiens reliabilitet, hvor kjennskap til pilotinformantene kunne påvirke materialets troverdighet (Gentikow, 2005, s.57).

3.2.2 Rekruttering av informanter

Jeg valgte å rekruttere informanter ved å publisere en tekst på Facebook med opplysninger rundt oppgavens tema og formål. Jeg publiserte dette på egen Facebook-profil, men også i ulike grupper relatert til Universitetet i Bergen. Dette gjorde jeg for å nå ut til flere utenfor min egen omgangskrets og for å få informanter i en studentalder. I denne rekrutteringsteksten stilte jeg også noen krav til deltakelse, nemlig 1) alder mellom 18 og 26 år, 2) sjeldenbruk av tradisjonelle nyhetsmedier, men 3) stor bruk av sosiale medier, gjerne gjennom smarttelefon. Det tok tid å samle informanter og jeg valgte dermed å være mer kreativ ved å imitere en Instagram-post som inkluderte samme rekrutteringstekst. Dette ble publisert i de samme Facebook-gruppene og vekket fort mer interesse.

Snøballmetoden er en teknikk der de som ser rekrutteringsteksten forteller om etterlysningen til aktuelle informanter, eller foreslår potensielle deltakere til forskeren (Bryman, 2016, s.415). Jeg spurte også både kjente og bekjente om de visste om noen som kunne være aktuelle for prosjektet, og fikk dermed også deltakere på denne måten. Jeg hadde ingen kjennskap til informantene, som kunne risikert at de ikke hadde turt å svare ærlig, som igjen kunne svekket materialets validitet (Gentikow, 2005, s.59). Likevel er dette noe som kan forekomme når man intervjuer ukjente også, der de kan føle seg utrygg i situasjonen og kan synes det er vanskelig å åpne seg og svare ærlig for en fremmed. Men ettersom jeg som forsker er i samme aldersgruppe som informantene, kan det tenkes at det hjalp på å trygge situasjonen.

Det å belønne informantene for deres deltakelse i studien med pengesum, gavekort eller liknende, er noe man kan benytte seg av for rekruttering. Gentikow (2005, s.45) skriver at dersom man velger dette, må det klargjøres hvordan og i hvilket omfang det kan ha gitt bestemte effekter, hvor det her både er fordeler og ulemper. Ved å belønne informantene kan man risikere

at deltakerne kanskje aller helst er ute etter belønningen enn å avgi gode, utdypende og ærlige svar. Nemlig at de kan være med i studien for belønningen enn for å berike studien. Jeg valgte *likevel* å belønne deltakerne med et kinogavekort på 140 kroner hver, som en følge av min omfattende metode, som fort kunne fremstå overveldende og krevende. Dermed kom jeg frem til at en belønning kunne motivere deltakelse og til å forhåpentligvis legge mer innsats i mediedagboken. En fare er likevel at man som forsker dermed får altfor imøtekommende svar (Gentikow, 2005, s.44). Jeg opplevde likevel ikke at informantene fremsto uærlig eller selvmotsigende. Det kan likevel være verdt å nevne at jeg la merke til et par eksempler under førstegangskontakt, at noen raskt stilte spørsmål rundt gavekortet. Jeg var dermed påpasselig i mailutveksling hvor jeg på forhånd spurte dem om de fylte kriteriene, som viste seg å fungere greit. Jeg opplevde ikke at mine informanter ikke var rette kandidater under dagbokføringene eller intervjuene. Det kan tenkes at belønning for deltakelse var riktig for å få nok informanter. Men også ettersom et fokus var på sjeldenbruk, som for noen kunne være vanskelig å snakke om.

3.2.3 Kort beskrivelse av informantene

Alle informantene er bosatt i Bergen, men er fra ulike deler av landet. Ettersom jeg ikke er motivert av å studere en sosial eller demografisk gruppe, har jeg ikke vektlagt en rekruttering av informanter basert på slike faktorer. Informantene er alle i en studentalder, der de studerer eller har nylig studert. Informantene er i alderen 19-24 år. Jeg valgte denne aldersgruppen ettersom jeg ønsket et fokus på unge voksne, og ettersom forskning viser at denne aldersgruppen er svært aktive brukere av sosiale medier (Sakariassen, mfl., 2017, s.14-15). Informantene er like i forbindelse med sjeldenkonsum av tradisjonelle nyhetsmedier og en daglig bruk av sosiale medier, men områder som etnisitet, kjønn og personlighet er ulikt. Dette er noe jeg ikke fokuserer på i oppgaven, ettersom det er deres forklaringer rundt nyhetskonsum som er i studiens interesse. «Tabell 2» viser under en kort presentasjon av informantenes bakgrunn som studieretning og alder, videre deres generelle medievaner, og i tillegg hvorvidt de følger profiler som kan gi nyheter på sosiale medier, og hvor de får nyhetsinformasjon. Bosted vil ikke inkluderes i tabellen ettersom alle er bosatt i Bergen.

Navn	Alder	Utdanning	Generelle medievaner (Sosiale medier)	Sosiale medier de får nyheter fra	Følger nyhetsmedier eller kontoer som kan gi nyheter på sosiale medier
Pernille	21 år	Psykologi	Facebook, Snapchat, Jodel, Instagram og blogger	Facebook og Jodel	Nei
Lise	23 år	Medievitenskap	Facebook, Instagram, Snapchat og blogger	Facebook og Instagram	Ja
Karoline	19 år	Sosiologi	Facebook, Instagram og Snapchat	Facebook, Instagram og Snapchat	Ja
Sara	21 år	Psykologi	Facebook, Snapchat og Instagram	Facebook	Ja
Lars	22 år	Psykologi	Facebook, Snapchat og Twitter	Facebook, Snapchat og Twitter	Nei
Silje	24 år	Sosiologi	Facebook og Instagram	Facebook	Ja
Erik	20 år	Økonomi	Facebook og Instagram	Facebook	Ja
Julie	21 år	Psykologi	Facebook, Instagram og Snapchat	Facebook	Ja
Simen	22 år	Sosiologi	Facebook, Instagram, Snapchat og Jodel	Facebook og Instagram	Ja
Marie	23 år	Språkstudie	Facebook, Instagram og Snapchat	Facebook og Instagram	Nei
Petter	20 år	Språkstudie	Facebook, Instagram, Snapchat og Jodel	Facebook, Instagram, Snapchat og Jodel	Nei

Tabell 2: Oversikt over informantene med anonymisert navn. Videre alder, utdanning, medievaner, hvor de får nyheter og hvorvidt de følger profiler som kan gi nyhetsinformasjon.

3.3 Dagbøkene

For å presentere utforming og gjennomføring av dagbøkene, vil jeg først peke på hvordan jeg valgte en form for loggføring, som inneholder oppføring av aktiviteter eller hendelser koblet sammen med personlige kommentarer (Alaszewski, 2011a, s.3). Jeg ønsket å vite hvilke nyheter informantene fikk med seg, også gjerne i hvilken sammenheng. Men i tillegg også deres følelser rundt dette. En retningslinje for utførelse av dagbok er at det ikke bør være en lang liste med punkter og regler som skaper forvirrelse (Again Corti, 1993, referert i: Alaszewski, 2011c, s.5). Med dette i tankene utformet jeg et kort informasjonsskriv med instruksjoner for gjennomføring, før jeg presenterte de fem spørsmålene som informantene skulle svare på daglig i en uke. Jeg forsøkte å tydeliggjøre instruksene og spørsmålene, slik at det skulle fremstå overkommelig. Poenget med instruksene var at informantene skulle ha noe å holde fast ved gjennom uken, der de forhåpentligvis følte seg mer trygg og visste hva de skulle svare på.

En av instruksene var at informantene skulle skrive hver dag i en uke (for eksempel mandag til søndag), på PC eller nettbrett i eget dokument. Dette skulle sendes til meg som forsker på studentmail. Jeg valgte denne lengden ettersom det kan være vanskelig å opprettholde motivasjonen utover en slik periode (Gentikow, 2005, s.98). Videre ville en kortere periode ikke gitt grundig eller generaliserbart nok materiale. Jeg valgte at de skulle sende meg dokument med svar på spørsmålene hver dag og ikke for eksempel på slutten av uken, fordi jeg ønsket en daglig oppdatering for å se om de faktisk får nyheter hver dag, og fordi de ellers kunne risikert å glemme nyhetene de så gjennom uken. Dette valget handler om hva jeg ønsket å få ut av mediedagboken, nemlig også et lite innblikk i hva de har gjort hver dag, for å se hvordan bruken av sosiale medier og eventuell nyhetskonsument får mye eller lite oppmerksomhet. Det kan også være en styrke å be dem sende dagboken hver dag for å forhindre mulige frafall.

Jeg skrev også at de skulle skrive ned alle typer nyheter de så, uavhengig av sjanger og form, også nyheter de både kastet et raskt blikk over og dykket inn i. Jeg forsøkte også å holde språket enkelt på grunn av den unge aldersgruppen, og jeg ville ikke risikere at noen misforsto spørsmålene. Jeg forsøkte å ha åpne spørsmål i dagboken for å gi rom for at de kunne få skrive hvilke nyheter de så ut ifra hva de *selv* mente var nyheter. En styrke ved denne dagboksmetoden er forskerens manglende tilstedeværelse, som kan gi realistisk og umanipulert data (Gentikow,

2005, s.43), hvor jeg ønsket å la informantene selv trekke frem mediene de benyttet seg av daglig og skrive nyhetene de kom over, uten at jeg som forsker blandet meg inn.

Spørsmålene gikk ut på hva de generelt gjorde den dagen, deretter hvilke sosiale medier de brukte, hvor mye tid og hvorfor de brukte disse mediene. Jeg valgte å presentere de enkleste spørsmålene først, slik at informantene ikke skulle bli skremt av tyngden. Deretter spurte jeg hvorvidt og hvorfor de aktivt søkte etter nyheter eller om de ble tilfeldig eksponert i sosiale medier. De siste spørsmålene dreiet seg om at de skulle fortelle hvilke nyheter de så, hvor de så det og deres tanker rundt dette. Spørsmålene jeg stilte i mediedagboken var ment for å få en oversikt over hvordan informantene bruker sosiale medier og hvordan nyhetene finner veien dit, som jeg videre kunne inkludere i intervjuguiden.

3.4 Intervjuguiden og intervjusamtalen

Som tidligere nevnt valgte jeg *semistrukturert intervjuguide*. Dette er fordi jeg ikke ønsket å følge guiden slavisk, ettersom jeg ville inkludere dagbokfunn tilpasset hver enkelt informant (Bryman, 2016, s.468). Dersom jeg fulgte samme spørsmål til alle informantene, ville jeg ikke fått inkludert dagbøkene i intervjuene og kommet mer i dybden på dette. I tillegg, dersom jeg hadde ekskludert dagbokfunn fra intervjuguiden, ville kanskje informantene opplevd at deres arbeid med dagbokføringene var forgjeves. Intervjuguiden³ ble utformet med utgangspunkt i problemstillingens spørsmål som jeg tidligere har presentert. I tillegg utarbeidet jeg også tre forskningsspørsmål. Disse forskningsspørsmålene styrer ikke presentasjonene i analysekapitlene, men er brukt for metodisk baktanke rundt hvilke spørsmål jeg ønsket å stille informantene, og ble dermed nyttig for å utforme intervjuguiden:

- (1) Hvilken rolle spiller det for mediebrukerne å bli eksponert for nyhetsinformasjon gjennom sosiale medier?
- (2) Hvordan reflekterer norske 18-26-åringer rundt deres sjeldenbruk av tradisjonelle nyhetsmedier og deres bruk av sosiale medier i en slik sammenheng?

³ Intervjuguiden er lagt som vedlegg i oppgaven. Dette er den generelle guiden jeg brukte, men der eksempler fra mediedagbøkene ble inkludert og tilpasset hver informant rett før intervjuene, noe denne guiden kun viser til en viss grad. Jeg fulgte likevel de samme emnene som intervjuguiden viser, med kun småjusteringer for hvert intervju.

(3) Hvordan kan personalisert nyhetsinformasjon diskuteres i et demokratisk perspektiv?

En intervjuguide er en grov skisse over de viktigste emner man ønsker å diskutere i løpet av samtalen med informantene, og den bestemmer verken i hvilken rekkefølge emnene skal tas opp, eller ordlyden i de enkelte spørsmålene (Gentikow, 2005, s.88). Intervjuguiden ble inndelt etter ulike tema og er som følgende: *Bakgrunnsinformasjon, generelle medievaner, årsaker til sjeldenkonsum, sosiale medier som nyhetskilder og videre venners betydning for bruk av sosiale medier og for nyhetstilgang*. Intervjuguiden startet dermed med spørsmål knyttet til bakgrunnsinformasjon, som er en fin måte å få informanten til å bli trygg i intervjusamtalen, før man begir seg ut på de litt mer omfattende spørsmålene rundt sosiale medier som nyhetskilde. Noen informanter begynte tidlig å snakke om nyheter i sosiale medier, mens andre trengte mer tid på seg, noe som gjorde at guiden jeg hadde lagt opp fungerte i denne sammenhengen.

Jeg plasserte «venners rolle» som emne til slutt i intervjuguiden, fordi jeg ønsket å la informantene selv komme inn på temaet uten at jeg styrte et slik fokus, selv om jeg så flere hadde skrevet om venners delinger av nyheter i dagboken. Det viste seg at de fleste begynte tidlig å snakke om venners delinger av nyheter som dermed understreket denne funksjonen ved sosiale medier. Jeg tilpasset intervjuguiden ikke i noe større grad enn å anvende deres egne eksempler på nyheter de hadde sett i sosiale medier under dagbokføringen, og dersom de hadde beskrevet noen tanker rundt nyhetene. Det kan være negativt med for stort avvik i intervjuene når det gjelder generalisering av materialet. Derfor forsøkte jeg i den grad det var mulig å holde de samme spørsmålene og fokus til hver enkelt. Jeg fulgte dermed intervjuguiden relativt likt under alle intervjuene. Fellesspørsmål var for eksempel «hva synes du om sosiale mediers rolle i å gi deg nyheter?», som et mer generelt spørsmål, enn «hva synes du om å få denne nyheten på Facebook?» med eksempel fra dagboken. En styrke med å inkludere dagboken i intervjuguiden tilpasset hver enkelt, er at informantene kan oppleve å føle seg tryggere i situasjonen, der de blir stilt spørsmål rundt noe de selv har skrevet på forhånd, og kan tørre å snakke mer fritt.

Intervjuene ble gjennomført i november og desember 2017. Intervjuene varte alle i et tidsrom på 50 minutter, der det lengste var på 1 time og 20 minutter, og det korteste var på 30 minutter. Selve intervjusamtalen foregikk med hver enkelt i et rom jeg på forhånd hadde leid på Universitetet, for å unngå forstyrrelser i situasjoner som på kafé. Likevel opplevde jeg et par

ganger at intervjuene ble avbrutt av at andre studenter, men det bidro heldigvis ikke til at informantene glemte å fullføre svaret de hadde startet på. Intervjuene begynte med småprat, der jeg ønsket å fremstå både profesjonell, men samtidig varm, rolig og avslappet for å gi informantene trygghetsfølelse. Deretter informerte jeg igjen om studiens formål og ba dem lese kontrakten som de også hadde fått tilsendt over mail, og videre signere. Jeg tok opptak av intervjuene med både mobiltelefonen min og PC, i tilfelle jeg skulle få tekniske problemer.

3.5 Behandling av datamateriale – Analyse og transkribering

Jeg vil videre ta for meg hvordan jeg behandlet mitt datamateriale, i form av hvordan jeg brukte mediedagbøkene etter innsamling, transkribering av intervjuer og utarbeidelse av analyse.

Måten jeg brukte dagbøkene på var å samle de inn for å se nyhetene de så i sosiale medier, i tillegg på hvilke plattformer og hvordan de så det. Jeg analyserte dagbøkene ut ifra noen selvsikre sett med kriterier, blant annet 1) medievanene til deltakerne, hvilke sosiale medier de brukte og hvor ofte, og i hvilke sammenhenger eller situasjoner. Videre 2) hvorvidt de synes å selv oppsøke nyhetene eller kun bli tilfeldig eksponert. Deretter 3) hvilke følelser, opplevelser og erfaringer som fremstår i deres beskrivelser av nyheter i sosiale medier, og 4) hvorvidt (nyhets)informasjon de fikk i sosiale medier synes å gjenspeile deres egne interesser. Disse funnene ble tilknyttet intervjuguiden videre.

Materialet ble transkribert i november og desember 2017, samtidig som rekruttering av informanter og dagbokføringene pågikk. Sideomfang er 283 A4-sider etter endt transkripsjon. Jeg valgte å transkribere alt fra intervjuene for å ikke gå glipp av noe potensielt viktig, der jeg også inkluderte ordlyder som «ehm» og pauser (...). Her benyttet jeg meg av kodenavn som er et oppdiktet fornavn for å bevare informantens konfidensialitet. Etter transkriberingene begynte analyseprosessen, der jeg kategoriserte ulike tema eller funn i eget dokument med informantenes fullstendige sitater. Slik kondensering bidro til å få oversikt over hva de egentlig snakket om og for å sammenligne likheter og forskjeller i utsagnene. Jeg fikk dermed silt bort overflødig tekst for å få frem de mest sentrale funnene i lys av problemstillingen (Gentikow, 2005, s.116-118).

Jeg lagde kategorier som jeg anså som relevant for problemstillingen, nemlig ved å samle alt alle informantene sa om *venners rolle, årsaker til sjeldenkonsum, deres tanker og beskrivelser om særlig Facebook og selektivitet*, for å nevne noen. Jeg så hvordan Facebook skilte seg ut som

nyhetstilgang, og er dermed fokuset i analysen. Under intervjuene registrerte jeg ikke at informantene snakket om venners rolle for nyhetstilgang i *så* stor grad som de faktisk gjorde, til tross for mine spørsmål rundt dette. Dette var noe jeg la merke til etter transkriberingene og etter sammenslåingen av det informantene sa i et samlet dokument, der jeg så sammenhenger og identifiserte mønstre og tema. Venners rolle ble dermed fort sentralt for analysen.

Gjennomgående i analysekapitlene har jeg i hovedsak benyttet meg av en temasentrert analyse, der jeg identifiserte strukturer på tvers av hele tekstmengden. Men jeg vil også benytte meg av personsentrert analyse i enkelte tilfeller, ettersom særlig informanten «Lise» vektlegges. Dette er fordi hun skiller seg ut fra de andre informantene i hennes måte å anvende Facebook på, og ikke minst *hvordan* hun snakker om dette (Gentikow, 2005, s.134-135).

3.6 Etiske perspektiver

Gjennom intervjuer er det flere etiske problemstillinger man må ta stilling til. Temaet for prosjektet er ikke svært sensitivt, noe spørsmål om helse eller politisk ståsted er i større grad. Likevel hadde jeg fokus på sjeldenkonsum av redaksjonelle nyhetsmedier. Mange kan synes det er vanskelig å snakke om hvorfor de ikke aktivt benytter seg av nyhetsmedier. I tillegg kunne jeg ikke på forhånd vite hvorvidt informantene selv opplevde enkelte spørsmål som sensitivt, eller hvorvidt de selv snakket om sensitive opplysninger (Gentikow, 2005, s.63). Jeg meldte dermed prosjektet til Personvernombudet for forskning (NSD) og fikk godkjent med visse restriksjoner,⁴ som å justere enkelte elementer i informasjons- og samtykkeskrivet⁵ til informantene, noe jeg endret umiddelbart. Informantene tok kontakt med meg først på Facebook ettersom jeg hadde oppfordret til det, men etter tilbakemelding fra NSD, beholdt jeg førstegangskontakt med informantene på Facebook i privat chatterom, men oppfordret dem til å ta kontakt med meg gjennom studentmail videre. Videre ble de informert om at det sikres konfidensialitet, at deres svar ville bli anonymisert i oppgaven og ikke minst at navnene deres ville bli endret til fiktive navn (Gentikow, 2005, s.64). Jeg var heller ikke ute etter sensitive bakgrunnsopplysninger forbi annet enn alder, kjønn og studieretning.

⁴ NSD-godkjenning ligger som vedlegg

⁵ Samtykke-skrivet ligger som vedlegg

3.7 Refleksjoner og vurdering av metode og gjennomføring

Etter endt innsamling av datamaterialet kan man gjøre en kritisk vurdering av opplegget ved å spørre seg selv hvorvidt metodevalgene og gjennomføringen var treffende for oppgavens formål, og videre se dens verdi og mangler. Først og fremst gikk jeg ut med en åpen tilnærming, hvor jeg valgte å fokusere på sosiale medier generelt, enn å spisse fokuset mot et medium i forkant.

Problemet med en åpen tilnærming opplevde jeg med enkelte i intervjusamtalen, hvor de ikke hadde mye å si om andre sosiale medier, enn særlig Facebook i forbindelse med nyheter. Ved å avgrense til et medium kunne jeg rettet spørsmålene i enda større grad mot Facebook for å komme mer i dybden. Likevel mener jeg at en åpen tilnærming i mitt tilfelle var en fungerende fremgangsmåte for å ikke oppsøke de svarene man som forsker selv ønsker, men for å se hva informantene selv mener er plattformene de faktisk får nyheter fra. Jeg var mer interessert i å undersøke *hvor* de får nyheter som sjeldenkonsumere, enn spesifikt rettet mot et medium. Som en følge av min fremgangsmåte, fikk jeg forståelse av at Facebook var mest sentralt for nyhetskonsumenter, og Instagram ble en god nummer to. Resten av de sosiale mediene ble generelt ikke trukket like mye frem. Det kan dermed tenkes å gi funn av større validitet, ettersom informantene *selv* har trukket frem deres sannhet om hvilke sosiale medier som gir dem nyhetstilgang (Gentikow, 2005, s.59). Likevel er ikke materiale fra kun *elleve* intervjuer og mediedagbøker helt representativt, og dermed heller ikke generaliserbart (Gentikow, 2005, s.60). Men studien viser tendenser i unges nyhetsbruk som kan bidra til noe i medieforskningen.

Jeg opplevde også at mediedagboken bidro til å løfte intervjusamtalen, der jeg faktisk kunne fokusere på nyhetseksempler og deres tanker om sosiale medier som nyhetstilgang som de selv hadde skrevet på forhånd. Uten dagbøkene ville jeg risikert å få kortere svar ettersom det kan være vanskelig å stille til intervju og skulle beskrive deres nyhetskonsumenter, uten en «kartlegging» på forhånd. Dette er særlig fordi sosiale medier gjerne ofte brukes for andre formål. Men etter gjennomføring av mediedagbøkene så jeg også en svakhet ved denne metoden, nemlig at jeg bidro til å øke informantenes bevissthet, hvor kun dybdeintervjuer til en viss grad kunne gitt andre resultater. Dette *kan* undergrave en autentisk karakter av medieerfaringene, og dermed bidra til å forme nye erfaringer. Dette kan dermed svekke analysematerialets validitet, nemlig gyldighet (Gentikow, 2005, s.59). Et eksempel på dette er at en av informantene fremsto svært positiv til sosiale medier som nyhetskilde i starten av dagboken, men endret mening mot slutten

av dagboken. Men igjen er dette et viktig funn, nemlig at gjennom sosiale medier er man kanskje ikke fullstendig bevisst på hva man får med seg av informasjon til enhver tid, som kan være fordi sosiale medier er lagt opp til å være raskt og enkelt.

Hvordan jeg valgte å integrere dagboken i analysen kan også ses som en potensiell svakhet ved oppgaven. Hovedpoenget med dagboken var en inngang til intervjuene, der jeg hadde planlagt å tydeliggjøre dagbokens rolle ved å anvende dens funn i større grad i en tabellfremvisning. Men ettersom jeg valgte å fokusere mest på hvordan Facebook fungerer for nyhetstilgang, enn nyhetssjangre og spesifikke nyheter fra dagbøkene – ble det naturlig å la intervjuene og dagbøkene fungere som et samlet analysemateriale. Ved å anvende dagbøkens mest sentrale funn i intervjuene, har jeg videre valgt å ikke tydelig separere metodene i analysen. Dersom jeg kun benyttet meg av mediedagbok uten intervjuer, ville dagbøkene blitt synliggjort i større grad. Dagbøkens funn kan oppleves som «gjemt» i analysen, men ved å la dagbøkene fungere som en del av materialet som helhet, får jeg enklere drøftet viktige dagbokfunn i sammenheng med det informantene sier i intervjuene, og motsatt.

Kapittel 4: Følger nyhetsmedier på Facebook – en videreføring av tradisjonell nyhetsbruk?

Datamaterialet som består av elleve mediedagbøker og intervjuer vil være grunnlaget for analysen som er inndelt i to kapitler. I disse analysekapitlene vil jeg forsøke å belyse problemstillingen «*hvordan fungerer sosiale medier som nyhetskanaler for unge voksne som er sjeldenbrukere av tradisjonelle nyhetsmedier?*» Her vil *Facebook* være fokuset i analysekapitlene, ettersom dagbøkene og intervjuene utelukkende viser denne plattformen som sentral for nyhetstilgang. Analysekapitlene vil ta for seg to sentrale funksjoner ved hvordan *Facebook* fungerer i en nyhetssammenheng, som dermed plasseres i hvert sitt kapittel. Det innværende analysekapittelet vil dreie seg om *Facebook* som kilde til redaksjonelle nyhetsmedier, hvor informantene får nyheter her ved å *følge* nyhetsmedier, istedenfor å benytte seg direkte av mediene. Det neste analysekapittelet vil ta for seg den sosiale dimensjonen ved *Facebook* som påvirker nyhetsopplevelsen, nemlig *venner som opinionsledere*. I begge analysekapitlene vil jeg vise at informantenes navn har blitt anonymisert, ved å bruke anførselstegn foran navnene kun første gangen.

Det er interessant å ta for seg hvordan sjeldenkonsumere av tradisjonelle nyhetsmedier ser på deres egen nyhetskonsument, nettopp fordi de på en eller annen måte velger bort de «vanlige» mediene man tradisjonelt har benyttet for nyhetstilgang. I analysekapitlene vil det underliggende opereres med en forståelse om et skille mellom at noen informanter aktivt benytter seg av sosiale medier som tilgang til nyheter, mens noen blir eksponert uavhengig av å oppsøke *Facebook* for nyhetsinformasjon. I det innværende kapittelet vil jeg ta for meg hvordan det å følge nyhetsmedier på *Facebook* leses ut fra et ønske om en *effektiv nyhetstilgang* basert på en tidsbegrenset studietilværelse, og videre hvordan dette skjer gjennom *personlig filtrering*. Under disse kategoriene vil jeg diskutere og problematisere ulike begreper for digitale nyhetspraksiser, opp mot mine funn. Her vil jeg også trekke frem begreper knyttet til en forståelse av personalisering som «*The Daily Me*». Jeg vil jeg også drøfte Shudsons *overvåkende borger* og Zallers «innbruddsalarm» for å forstå *Facebooks* rolle i å informere om tradisjonelle nyheter.

4.1 Å følge nyhetsmedier for effektiv nyhetstilgang

Alle elleve informantene er i en studentalder og forteller at det særlig er tradisjonelle nyheter fra redaksjonelle medier, de blir eksponert for på Facebook. Dette vil si en delt lenke fra for eksempel *Verdens Gang* (tabloidavis) eller *Bergens Tidende* (lokalavis), av nyhetsmediet selv eller fordi andre har «liket» eller delt nyheten, som gjør at det dukker opp på deres nyhetsvegg. Sistnevnte er noe jeg skal komme tilbake til i neste analysekapittel om venners betydning. Informantene bruker sosiale medier til å kommunisere med venner, for å følge diverse kjendiser og interessefelt, samt for oppdateringer av ny informasjon generelt og tradisjonelle nyheter. Informantene trekker alle frem Facebook som primærkilde for nyheter. Noen får også med seg nyheter på Snapchat, Twitter, Jodel og Instagram, hvor sistnevnte stikker seg mest ut som nyhetstilgang, etter Facebook. Alle informantene mener de får med seg nyheter gjennom sosiale medier og dermed ikke har like stort behov eller interesse for å benytte seg av tradisjonelle nyhetsmedier. Men gjennom innsamlingen av dagbøkene innså jeg at til tross for at informantene er sjeldenbrukere av tradisjonelle nyhetsmedier, er noen av de likevel faktisk aktive lesere av nettaviser – men ikke *direkte*. Dette er et interessant funn av to følgende årsaker.

For det første kan det tenkes å være en gråsoner av sjeldenkonsum av redaksjonelle medier, ettersom noen informanter følger diverse nyhetssider eller andre kontoer som kan gi nyhetsinformasjon, hvor de ikke er sjeldenkonsumere av nyheter. Likevel er ikke poenget med denne studien å undersøke hvorvidt informantene generelt er sjeldenkonsumere, men at de sjeldent benytter seg av *tradisjonelle* nyhetsmedier, og i dette tilfellet – sjeldent *direkte*. Poenget er å se hva det er ved sosiale medier, spesifikt Facebook – som fremstår attraktivt for unge mediebrukeres nyhetskonsument. For det andre, det å rette seg mot tradisjonelle nyheter gjennom andre kanaler, kan synes som en “omvei” rundt nyhetsmediene. De velger å ikke få nyhetene fra det som tradisjonelt finnes på nettaviser, papiraviser, fjernsyn og radio, men på en alternativ måte. Dersom nyhetene *er* fra en nyhetsredaksjon men *videreført* til Facebook – hvilken rolle spiller det da for informantene at de får nyhetene her? Vi skal videre se på noen av informantenes forklaringer og opplevelser av å følge nyhetsmedier. Selv om flere av informantene sier de ikke prioriterer tid til direkte bruk av redaksjonelle nyhetsmedier, inkludert de som *ikke* følger nyhetsmedier på sosiale medier, vil jeg likevel trekke frem de som følger slike profiler for å forstå deres (u)bevisste *valg* av nyhetstilgang på Facebook.

4.1.1 Facebook som “handlekurv” med redaksjonelle nyhetsmedier?

For å følge en side eller konto som en nyhetsmediebedrift på Facebook, trykker man «liker» inne på den aktuelle Facebook-siden. Jeg vil gjennomgående i denne oppgaven referere til det å *følge* for å unngå forvirring, ettersom det å «like» også innebærer å reagere på innhold man ser, ved å trykke på de ulike likerknappene. Ved å følge Facebook-sider på denne måten, lar man seg selv bevisst eksponeres av innhold fra den aktuelle siden, der oppdateringer fra den aktuelle siden dukker opp på ens egen nyhetsvegg. Man bidrar dermed til en viss grad å forme innholdet på Facebook. Her samles informasjon på et og samme sted, der man scroller nedover nyhetsveggen for å få med seg det siste av oppdateringer.

«Lise» er den av informantene som fremstår mest aktiv i bruken av sosiale medier, særlig Facebook, og er dermed interessant å trekke frem. Hun forteller hvordan hun aktivt benytter seg av Facebook for å få nyheter, fordi hun har arbeidet hardt for å følge diverse kontoer, for å kunne bli eksponert for ny informasjon daglig. Lise er en sjeldenkonsument av direkte tradisjonell mediebruk, *men* hun leser *mye* nyheter – bare dette foregår på Facebook. Hun er derfor likevel en treffende informant for studiens formål. Hva er hennes årsaker til denne måten å forholde seg til tradisjonelle nyheter på? Hvorfor benytter hun seg ikke direkte av nyhetsmediene når hun har stor interesse og engasjement for å oppdatere seg på det tradisjonelle nyhetsbildet? Følgende sitat svarer ganske tydelig på dette:

Det tar veldig mye tid og krever veldig mye av meg å aktivt gå inn på en og en av alle mediene. Hvis jeg skulle aktivt gått inn på sidene til NRK, TV2, Dagbladet, Aftenbladet, Morgenbladet, Nettavisen, og så videre. Jeg leser sikkert ti aviser om dagen, men jeg går ikke aktivt inn på de, for det hadde tatt så lang tid å faktisk prøve finne de sakene som er spennende for meg, så da lar jeg Facebook gjøre hele den jobben. Jeg leser da det som blir resultatet av det som dukker opp på Facebook.

Lise

Forklaringen Lise gir er todelt, da hun snakker om både tidsmessige årsaker og filtrering. Jeg vil her fokusere på førstnevnte, hvor filtrering er noe jeg tar for meg senere i kapittelet. Lise mener det er enklere og mindre tidskrevende å følge diverse nyhetssider på Facebook, enn å oppsøke nyhetsmediene direkte. Meijer (2007, s.96) skriver at selv om man har interesse for seriøse nyheter, betyr det ikke nødvendigvis at man oppsøker nyhetsmediene. Her ser vi hvordan Facebook tilpasses unges bruk av slike plattformer, hvor Lise mener hun rekker lese ti aviser

daglig ved å samle nyhetstilgang på Facebook. Hennes mediedagbok viser at hun kan få opp mot hele tjue tradisjonelle nyhetssaker på Facebook daglig, hvor dette både var av politisk innhold og nisjésaker tilknyttet hennes personlige interesser. I tillegg var nyhetene fra diverse nyhetskilder. Hun forteller også at «*jeg er en mye mer aktiv nyhetsleser gjennom Facebook, enn jeg ville vært uten*». Vi kan dermed se hvordan en tidsbegrensning er en viktig faktor for sjeldenkonsum direkte fra tradisjonelle medier, og at hun likevel har en interesse for nyheter (Woodstock, 2014, s.843). Lise har valgt ut *tidsbruk* som sentralt kriterium for å bedømme Facebooks *nytteverdi* (Schrøder, 2015, s.63). Det krever mer tid å skulle benytte seg av flere aviser daglig, hvor hun har valgt ut Facebook som et nyhetsmedium mer verdt hennes tid og er praktisk for informasjonstilgang. Praktisk fordi hun sier hun har med seg smarttelefonen overalt, hvor Facebook er raskt tilgjengelig gjennom «app», og at det er en plattform hun har samlet interessene og har kontakt med venner. På denne måten blir nyhetslesningen en del av en medieplattform hun allerede daglig bruker mye tid på. Dagboken viser at hun kan bruke opptil fire timer sammenlagt på Facebook i løpet av en dag. Det kan dermed tenkes at hun til en viss grad har høy sannsynlighet for å komme over nyheter, særlig ettersom hun følger nyhetsmedier. I tillegg er den *teknologiske appellen* sentral for Lises *nytteverdi*, hvor hun lar Facebook gjøre jobben med å filtrere ut nyhetssakene for henne. Dette henger sammen med tidsbegrensning, hvor hun lar Facebook bestemme hvordan og hva hun skal rette oppmerksomheten mot i en travel hverdag (Schrøder, 2015, s.63). En handlingsmulighet ved sosiale medier er *søkbareheten* (boyd, 2010, s.46), som synes gjennom nyhetsveggen med en enkel og effektiv informasjonstilgang, på grunn av hennes valg av å følge nyhetsmedier:

Det jeg synes er så kjipt med tradisjonelle medier, er at de viser bare en side av saken, og da er det mye, mye mer interessant å få veldig mange forskjellige typer vinkler på samme historie. Så da, ehm, orker jeg ikke bruke mye tid på kun et tradisjonelt medium fordi det ikke gir så mye variasjon, og det kan bli litt kjedelig i lengden. [...] Veldig ofte så hender det at hvis jeg klikker meg inn på en sak fra Facebook og leser den, og klikker meg tilbake igjen til Facebook, så kommer det opp mange saker rett under, som er akkurat den samme saken bare av mange forskjellige aviser. Så det liker jeg veldig godt med Facebook, at den er liksom sånn «aja, jeg ser du likte denne, disse har også skrevet om denne saken».

Lise

Lise forteller at ved å følge mange forskjellige nyhetskanaler på Facebook så blir nyhetslesningen hennes mer interessant og variert. Her ser vi dermed at hun er svært interessert i

å få med seg nyheter, hvor hun gjennom Facebook får nyheter tilpasset hennes behov, som en følge av tidsbegrensning. Men også hvordan hun ønsker raskt og enkelt å bli eksponert for ulike nyheter og andre perspektiver på en sak hun tidligere har *fordypet* seg i (Ørmen, 2016, s.172). Det kan tenkes at Lise mener hun har mulighet for *fordypning* på Facebook, og at hun ikke ville hatt det dersom hun oppsøker nyhetsmediene selv. Dette er fordi Facebook anbefaler henne flere aviser som har skrevet om samme sak, og hun slipper dermed å lete.

Alle informantene forteller at de får med seg nyheter på Facebook ved å scrolle gjennom nyhetsveggen, der de kaster et blikk på overskriftene. Et eksempel er det Lise forteller om at dersom hun får nyheter hun ikke synes er særlig interessant og ikke klikker seg inn, har hun likevel lest overskriften og sett bildet. Hun mener hun dermed har fått med seg saken. Lise skriver i dagboken at gjennom sporadiske intervaller i hverdagen, som ved frokostbordet, benytter hun seg av Facebook og scroller gjennom for å sjekke om det er noe nytt siden sist. Her ser vi hvordan hun driver med en *sjekking* av nyhetene (Ørmen, 2016, s.171). Slik *sjekking* av nyheter kan tenkes å være likt som å bla gjennom en nettavis og se overskriftene for å føle seg oppdatert. Men ettersom Facebook er plattformen Lise og resten av informantene bruker daglig, foregår en *sjekking* raskere og mer effektivt for dem i motsetning til direkte bruk av nyhetsmedier (Meijer og Kormelink, 2015, s.669). Dette kan problematiseres gjennom bruken av Facebook ettersom det her blandes med annen informasjon, og ikke er en «ren» nyhetskanal. Det kan være enkelt å gå glipp av enkelte nyheter dersom man kun er ute etter overskriftene, og scrollingen skjer i en hastighet der informasjonen bør være iøynefallende for å fange oppmerksomheten. Likevel forteller Lise at hun benytter seg av Facebook *som* nyhetskanal, hvor en sentral del av hennes formål med denne plattformen er å få nyheter. Hun driver dermed med *sjekking* av nyheter hver gang hun benytter seg av Facebook.

«Sara» følger også nyhetsmedier på Facebook. Hun forteller at det er fordi «store» nyhetssaker dekkes av flere aviser, hvor hun dermed slipper å lete og gjøre en aktiv handling som å gå inn på alle nettavisene direkte. Hun sier at «*det er mer effektivt fordi jeg allerede er på sosiale medier og kommer ikke til å bruke så mye tid på å lete, men når det dukker opp så kan jeg se det*». Men noe jeg la merke til som interessant i dagboken hennes var nemlig at hun *søkte opp* TV2 og NRKs profiler på *Facebook* for å få oversikt over nyhetene. Dette står som en motsetning til Lise som benytter seg av egen nyhetsvegg og får med seg det som havner der. Jeg fulgte dermed opp

dette funnet ved å spørre Sara i intervjuet i etterkant om *hvorfor* hun oppsøker nyhetssider på Facebook, istedenfor å benytte seg direkte av nettavisene, ettersom hun da allerede likevel gjør en aktiv handling. Følgende svar viser tydelig hvordan Facebook er attraktiv som nyhetstilgang:

Jeg tenker at det er fordi jeg synes det er lett å få en oversikt om det er noe jeg vil gå inn på, hvis du skjønner. Det er det sikkert på nettsidene også, men jeg føler at der er det en stor sak som på en måte er... Eller det er ikke alltid jeg synes den er interessant, men det er på en måte den de har valgt som hovedsak, da, og det er mange sånne små overalt og rundt omkring, og forskjellige sitater her og der. Mens på Facebook så er det mer sånn en liste med et bilde og en veldig kort tekst, og så kan du se «okei, er det noe her jeg vil gå inn på liksom?»»

Sara

Synes du det er mer oversiktlig på Facebook enn direkte inne på en nettavis?

Ja, på en måte. Pluss at det er færre ting der å velge mellom. I mitt hode, da, så er på en måte det de har valgt ut på Facebooksiden deres – det som er mest relevant eller morsomst på en måte, hvis du skjønner. Så det er kanskje litt færre ting å velge mellom, og enkelt å se, ja.

Sara

Dagboksmetoden kan tenkes å ha lagt et grunnlag for å gi meg innsikt i hvorfor Sara *sjekker* nyhetsmediers profiler på Facebook, istedenfor å benytte seg direkte av avisens nettside. Dette kunne kanskje ikke kommet frem gjennom kun et intervju, nettopp fordi det for informantene kan synes som smådetaljer, og noe man ikke nødvendigvis selv er helt bevisst på at man gjør i egen mediebruksrutine. Mediedagboken gir dermed en forståelse av at man kan sjeldent benytte seg av tradisjonelle medier, *men* likevel benytte seg av dem ved å navigere seg gjennom nyhetene ved å istedenfor følge dem på andre kanaler, *og* gjennom nyhetsmedienes Facebook-profiler. Vi ser her at både Sara og Lise mener nettavisene er mer uoversiktlig, og blir usikker på hvor oppmerksomheten deres bør ligge ut fra deres interesser og hva de tror er de viktigste sakene. De redaksjonelle nyhetsmediene velger ut noen saker som fremheves på Facebook-profilen, da denne profilen ikke kan omfavne alle sakene som nettavisene gjør. Dermed fremstår det som at ved å *sjekke* nyhetsmedienes profiler på Facebook, vil Sara bli presentert for det hun tror TV2 og NRK mener er viktigst, eller ordene hun brukte – mest «relevant» og «morsomt».

Facebook gjør det enklere for dem å gjøre utvalg av hvilke saker de bør få med seg, og blir ikke «forstyrret» av andre nyhetssaker som nettavisene dekker på et generelt nivå. Det kan dermed forstås som at Sara slettes ikke oppfatter det som en omvei å få nyheter ved å *sjekke*

nyhetsmedienes Facebook-profiler, fordi hun ser på det som mer oversiktlig ut fra et ønske om å holde nyhetslesningen enklere. *Sjekking* av nyhetene på Facebook skjer raskt, i øyeblikket og uanstrengt (Meijer og Kormelink, 2015, s.669). Denne nyhetspraksisen kan argumenteres for å henge sammen med Schudsons (1998, s.310-311) *overvåkende borger*. På Facebook synes informantene å overvåke uten å gå i dybden, før det anses som nødvendig. Lise og Saras ønske om Facebook som nyhetskanal kan leses ut fra et behov for filtrering, nettopp fordi det i et informasjonsoverflod trengs grep for å kunne klare å holde seg til en viss grad informert. Det å være informert om alt til enhver tid, fremstår umulig i den nye digitale mediesituasjonen (Zaller, 2003, s.116). Bruken av Facebook kan leses som et forsøk på kunne holdes oppdatert i nyhetsbildet gjennom «enkle» grep, gjerne kalt *informasjonssnarveier* (Christiano, 2017, referert i: Ytre-Arne og Moe, 2018, s.230). Sosiale medier kan utfordre forståelsen av *sjekking* og *overvåking* fordi Facebook brukes for flere formål enn nyhetslesning. Nyheter dukker opp blant annet innhold som venners nyhetsoppdateringer, i tillegg til at det er enklere å følge hendelser som er viktig for *dem* (Meijer og Kormelink, 2015, s.672), som vi skal komme tilbake til senere.

Det at Lise og Sara følger flere nyhetsmedier på Facebook, kan argumenteres for å utfordre Schrøders (2015, s.61) metafor om en *handlekurv*, hvor man gjør daglige utvalg av nyhetsmedier. I motsetning til hans beskrivelse av en slik aktiv handling, kan Facebook synes å gi mulighet til å på forhånd fylle «handlekurven». Her gjør informantene bevisste utvalg av tradisjonelle nyhetsmedier, men bare en gang. For Lise, Sara og andre som følger nyhetsmedier, fremstår Facebook som «handlekurven» de har fylt med alle nyhetsmediene de ønsker oppdateringer fra, på ens personlige nyhetsvegg. Lise og Sara gjør dermed ikke daglige valg for hvilke nyhetsmedier de vil *sjekke* (Ørmen, 2016, s.172), men forholder seg daglig til deres allerede fulle «handlekurv» med nyhetskilder. De benytter seg av Facebook hvor nyhetsmediene allerede er tilgjengelig gjennom et ekstra lag, ettersom nyhetene distribueres gjennom Facebook. På denne måten har de mulighet til en rask oversikt, uten å gjøre en aktiv handling forbi det som foregår innad bruken av Facebook. *Sjekking* synes dermed også som en mindre tydelig praksis, fordi informantene vet at fordi de følger nyhetsmedier, får de alt de behøver på Facebook. Her får de med seg nyheter uavhengig om de søker ut nyhetene. Dette viser hvordan Facebook kan utfordre hvordan vi forstår kjente nyhetspraksiser, hvor nyhetslesningen «glir inn» i en avgrenset mediebruk. Slik problematisering av nyhetspraksiser skal vi nå se nærmere på.

4.1.2 “Snubler over” og “sjekker” nyhetene samtidig på Facebook?

Mediedagbøkene viser hvordan alle informantene synes å komme over nyheter på Facebook, og det er et gjennomgående funn at informantene skriver de ikke selv aktivt oppsøker nyhetene på sosiale medier. De fremstår å være under den oppfatning av at de ikke behøver å oppsøke nyheter, fordi de uansett har slik informasjonstilgang på sosiale medier, nemlig en «*nyhetene finner meg*»-tankegang (Toff og Nielsen, 2018, s.8). Ørmens (2016, s.171-174) begreper som å *sjekke* og *snuble over* nyhetene, kan diskuteres mot hverandre. Her kan det å *snuble over* også gi mening for de som har valgt å følge nyhetsmedier på Facebook, med et bevisst ønske om å bli eksponert for nyheter. Dette er noe vi nå først skal se hos «Julie», som også peker på tidsbegrensning som årsak til hvorfor hun ikke benytter seg direkte av redaksjonelle nyhetsmedier. Hun mener det i en travel hverdag ikke alltid er tid til å oppsøke nyhetslesning:

Det er egentlig skikkelig teit, men det handler egentlig mer om bare at jeg ikke tar meg tid til det. Det er ikke sånn at jeg ikke interesserer meg for ting som skjer i verden. Så jeg skulle ønske jeg visste mye mer, jeg bare må jobbe med å finne ut av hvordan jeg skal ta det inn i hverdagen. Det høres teit ut for det krever jo på en måte bare å gå inn, men det er ikke en del av rutinene mine. Jeg har på en måte litt sånn rutinet hverdag, mye som skjer og skolearbeid. Litt sånn... kanskje også fordi jeg har litt kaos i hodet.

Julie

Synes du det er for mye informasjon å ta inn?

Ja. Og litt sånn at jeg ikke orker å eh... på en måte litt sånn hvis man skal ha alle de småtingene i løpet av en dag som du kan gjøre og bare tar ti minutter ekstra, så baller jo det på seg også, sant. Altså, noen har prosjekter som å prioritere fem minutter armhevinger om kvelden... Så det er jo bare å prioritere hvordan ta det i bruk, og bli vant til hvordan bruke det når jeg har kommet inn på nettsiden. Hvilke artikler skal jeg trykke meg inn på her, og så gå inn på hyppig nok til at jeg henger med på alt.

Julie

I forbindelse med en travel hverdag og tidsbegrensning, forteller Julie videre at hun følger noen nyhetssider på Facebook fordi da «*trenger jeg ikke å tenke på det selv og er en mulighet for gratis 'input'.* Hvis jeg scroller gjennom Facebook så kommer det opp noe nyhetsrelatert der». Hennes nyhetskonsument kan synes å kategoriseres som en måte å *snuble over* slik innhold (Ørmen, 2016, s.174), fordi hun ikke benytter seg av Facebook eksplisitt som nyhetskanal, slik som Lise og Sara. Men ved å ha valgt å følge noen nyhetsmedier, har Julie likevel åpnet opp for større mulighet til å kunne *snuble over* nyheter ved å scrolle seg gjennom nyhetsveggen når hun har tid

og krefter til det. Begrepene *sjekke* og *snuble over* nyheter kan dermed problematiseres ved at begrepene synes å gli inn i hverandre, noe også Ørmen (2016, s.168) selv bemerker ved hans kategorisering av nyhetspraksisene. Ved å ikke benytte seg direkte av redaksjonelle nyhetsmedier, kan man likevel innta en aktiv rolle som nyhetskonsument, ettersom man bidrar til å øke sjansene for å bli eksponert for nyheter ved å følge nyhetskanaler på Facebook. Dette er uansett om man aktivt anvender Facebook for nyheter, eller om man kommer over nyheter fordi man bruker Facebook, hvor begge kan være en forståelse av hvorfor man følger nyhetsmedier.

For å nærmere understreke problematiseringen av disse to nyhetspraksisene, kan det trekkes frem flere eksempler. Lise skriver gjennomgående i dagboken at hun ikke søker etter nyhetene selv, men kommer over det på Facebook. Det kan dermed tolkes som at hun ikke selv *opplever* å oppsøke nyhetene. Dette er interessant både fordi hun på forhånd har valgt ut nyhetskanaler hun følger, og ikke minst fordi hun forteller hun bruker Facebook eksplisitt for nyhetstilgang.

Følgende sitat fra Sara viser også problematiseringen av disse nyhetspraksisene:

Når jeg uansett sitter og snakker med folk på Facebook, så kommer det opp på en måte. Eh... liksom hvis jeg venter på et svar og så scroller jeg litt ned og så «åh, her var det en nyhet». Så det synes jeg er fint, at det på en måte bare glir inn i det du allerede gjør, og at du kan på en måte følge mange forskjellige på samme sted, istedenfor å gå inn på veldig mange forskjellige nettsider og så få opp hovedsakene deres, og så liksom lete etter... så du får på en måte heller opp litt forskjellig da fra forskjellige steder, på samme sted. Og så er det det med tiden, da – jeg har ikke så mye fritid, og da prioriterer jeg ikke å lete aktivt.

Sara

Som vi tidligere har sett driver Sara med *sjekking* av nyhetene ved å gå inn på nyhetsmedienes Facebook-profil. Men vi ser også hvordan hun mener å kunne bli *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2) ved å *snuble over* nyhetene (Ørmen, 2016, s.174), gjennom andre formål på Facebook. For Sara virker også *tidsbruken* som en årsak til valg av Facebook (Schrøder, 2015, s.63), hvor det er praktisk å få nyhetsinformasjon blant annen informasjon. Også «Simen» følger nyhetsmedier på Facebook og skriver i dagboken at han kom over en nyhetssak under en pause på trening, ettersom han *sjekket* Facebook for å raskt få kontakt med venner (Meijer og Kormelink, 2015, s.675). Denne nyheten var en videreføring av #metoo-kampanjen, relatert til nok en skuespiller i forbindelse med seksuell trakassering – som florerte i nyhetsbildet høsten 2017. Her ser vi hvordan smarttelefonen og Facebook effektivt kan gi aktuelle nyheter, også i andre sammenhenger. Vi ser også hvordan *sjekking* av nyheter er blitt en del av den hverdagslige

rutinen og ikke en egen fokusert aktivitet (Meijer og Kormelink, 2015, s.670). For både Sara og Simen kan nyhetseksposering skje som *bakgrunnsflyt* av kommunikasjon med venner og i andre situasjoner (Ørmen, 2016, s.173). Facebook synes dermed som et *nytteverdig* nyhetsmedium, da eksponeringen skjer gjennom *tilpasning til situasjonen* (Schrøder, 2015, s.63).

Informantene synes å drive med *sjekking* av nyhetene fordi de følger nyhetsmedier, men oppleves som tilfeldig. Dette er ikke treffende for hvordan Ørmen (2016, s.171) forklarer begrepet som en bevisst praksis. Men det kan tenkes at det ikke alltid nødvendigvis er så tilfeldig, ettersom Julie, Lise, Sara og Simen faktisk har *oppstrømmet* innholdet på Facebook, ved å følge nyhetsmedier (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433). De har dermed gjort en aktiv handling for å eksponeres. Likevel kan poenget synes å være at de trives med Facebook som nyhetsskilde, fordi de da *opplever* å få nyhetene tilfeldig. Vi har dermed sett hvordan Facebook kan problematisere forholdet mellom å være en aktiv og passiv nyhetskonsument, hvor skillet ikke lenger er like tydelig. Informantenes oppfatninger kommer av at nyhetene «glir inn i det de allerede gjør» på Facebook, og overlapper det som er privat med det offentlige (boyd, 2010, s.52). Vi skal nå videre diskutere et ønske om personalisert nyhetstilgang.

4.2 Følger nyhetsmedier på Facebook – Et ønske om personlig filtrering

Vi har over sett på årsaker som mangel på tid og ønske om effektivisering for bruk av Facebook som nyhetstilgang, hvor de følger nyhetsmedier for en enklere og raskere eksponering. Likevel kan det viktigste funnet synes å være et ønske om *personlig filtrering*. Alle disse dimensjonene kan likevel tenkes å høre sammen, hvor et ønske om effektiv nyhetstilgang som en følge av tidsbegrensning – bunner ut i et behov for filtrering for at informantene skal ha tid til nyheter. Vi skal nå se på hvordan personalisert nyhetstilgang synes gjennom at informantene følger nyhetsmedier på Facebook. Jeg vil her presentere noen av informantenes forklaringer på tilpasset nyhetslesning, og i forbindelse med dette drøfte en *intensjonell* personalisert nyhetstilnærming ut fra relevant teori som særlig «*The Daily Me*», videre Habermas' ønske om en samlet offentlighet, og ikke minst kan Schudsons *overvåkende borger* og Zallers «*innbruddsalarm*» problematiseres.

4.2.1 Samler de største og viktigste nyhetene på en plattform

Alle informantene forteller at de tror og opplever å få de største og viktigste nyhetene på sosiale medier. De forklarer at de dermed ikke behøver å oppdatere seg direkte på diverse redaksjonelle

medier, ettersom nyhetene gjerne uansett kommer til Facebook. Dette mener de er nyheter som er «store» og allment viktige, og strekker seg forbi personlige interesser og nisjényheter, relatert til eksempelvis fritidsaktiviteter. «Marie» forteller at hun tror mange tenker at man får vite det man trenger og bør vite av samfunnspolitiske nyheter gjennom sosiale medier, og hun mener det er enkelt å tenke slik fordi man stadig er aktiv på slike medier.

Informantene beskriver at nyhetssaker som er «store nok», er saker som informerer om alvorlige hendelser og de trekker alle frem terrorangrep som eksempel på dette. De mener alle at terror er allment inneforstått som en viktig nyhet. Dette samsvarer med Toff og Nielsens (2018, s.8) studie av sjeldenbrukere direkte av redaksjonelle medier, hvor informantene mente at de opplevde å være informert fordi de fikk med seg de store nyhetene som «alle snakker om». Også Bergström og Belfrage (2018, s.590) skriver at deres informanter synes å forvente at når noe «stort» eller viktig skjer internasjonalt, vil det komme på sosiale medier. Av mine informanter sier for eksempel Sara at på Facebook får hun vite om «*særlig krig, terror og katastrofer – for det kommer overalt veldig fort når det skjer, siden mange interesserer seg for det. Også under valget [norsk politisk partivalg] var det en del nyheter om politikken som kom på Facebook*». Informantene forklarer at nyheter er noe de særlig forbinder med politikk, kriser, katastrofer og liknende, noe Shah mfl. (2007, s.681) definerer som *harde nyheter*. Dette er nyheter informantene mener de får med seg, som også dagbøkene viser. Men også blandet med kjendisnyheter og underholdning som kan defineres som *myke nyheter* (Shah mfl., 2007, s.681).

Men det å følge nyhetsmedier på Facebook som åpner opp for større sannsynlighet for at nyheter finner veien dit, gjør også at vi kan snakke om personlig filtrering. Her forventes det at de største nyhetene fra nyhetsmediene man følger, vil dukke opp på ens egen personaliserte nyhetsvegg. De som følger nyhetsmedier på Facebook ønsker å bli eksponert for nyheter fra disse mediene. Dette er også slik vi så i et tidligere sitat fra Sara, nemlig at hun tenker at nyhetsmediene velger ut sakene som skal videreføres til Facebook. Her har hun en forventning om at de velger ut de nyhetene som er viktigst for folk flest. Vi har tidligere sett hvordan særlig Lise og Sara bevisst benytter seg av Facebook for nyheter ved å følge slike profiler, hvor de har bidratt til å påvirke innholdsflyten på nyhetsveggen (Mathieu og Pavlickova, 2017, s. 433). Dette begrepet som er kalt *oppstrømslesning*, kan sammenfalle med *sjekking* av nyheter (Ørmen, 2016, s.171). Dette er fordi man *sjekker* innhold man allerede på forhånd har valgt som en del av innholdsflyten for

eksponering. Disse begrepene er nyttige for å forstå hvordan nyhetskonsument fungerer på Facebook, som vi ser ytterligere gjennom Lises følgende utsagn:

TV går på et spesifikt tidspunkt, radio går på et spesifikt tidspunkt, og aviser må du enten gå ut for å kjøpe selve avisen, eller du må bla gjennom hele forsiden, og da er det avisen selv som bestemmer hvor fokuset ditt skal være, på grunn av store overskrifter, masse farger, bilder og slike ting. Jeg liker ikke at en partisk avis eller en som har lyst til å sende deg noe, eller sånn – skal kunne *velge* hva jeg skal lese. Jeg tror jeg er litt for kresen nyhetsleser til at det hadde vært greit.

Lise

Lise er den informanten som viser størst bevissthet over egen rolle for nyhetskonsument, hvor hun gledelig snakker åpent og mye om egen selvfiltrering på Facebook, som en stor årsak til hennes sjeldenkonsum direkte fra redaksjonelle medier. Svaret hennes kan tolkes som at det dreier seg om at hun selv liker å ha styringen for hva, hvordan og hvor hun skal lese nyheter. Hun ser på seg selv som en kresen nyhetsleser, og at gjennom Facebook får hun tilgang til nyheter som kanskje ikke fremheves stort på nettaviser, men som hun er interessert i. Det fremstår som at hun opplever at på Facebook blir nyhetene derimot presentert på lik linje på nyhetsveggen hennes, der hun selv kan bevege blikket over sakene og velge hva hun vil se nærmere på. Her forstyrres eller bestemmer ikke en spesifikk avis fokuset hennes. Likevel er det nyhetsmediers nyhetshistorier hun ser på Facebook, som dermed allerede bidrar til en seleksjon av nyhetene for henne. Samtidig virker det som at hun vil at *noe* skal styre hva hun ser av nyheter, nemlig Facebook. Hun lar Facebook filtrere ut sakene som den sosiale plattformen tror hun vil ha. Dette svaret kan kobles til Negroponte (1995, s.153) som mente at istedenfor å lese hva andre mener er nyheter og er verdig omfanget nyheten får, vil det å være digital innebære at egne interesser spiller en større rolle. Her kan vi trekke frem termen «*The Daily Me*» i den forstand Negroponte (1995, s.153) først beskrev det, som kan knyttes til Lises ønske om en personalisert nyhetsavis. Nemlig at her kan Facebook ses som en personlig «butler» som bidrar til å forme hennes daglige utgave av nyheter – tilpasset hennes ønsker, behov og interesser (Pariser, 2011, s.22).

Ut fra et habermasiansk ståsted vil ikke dette være demokratisk styrkende, hvor vi gjennom fragmentert mediebruk forholder oss til flere og ulike medieplattformer for informasjonstilgang, som utfordrer at alle har samme tilgang til viktige samfunnspolitiske nyheter (Schwebs og Østbye, 2013, s.277). Det private og personlige synes å være sentralt for bruk av Facebook, som

her blandes med offentlig informasjon, noe Habermas (1989, s.203) mente svekker den brede offentligheten. Likevel mente Habermas at medier kan gjenskape en samlet offentlighet (referert i: Jensen, 2013, s.193), som kan knyttes til hvordan tradisjonelle nyhetsoppdateringer samles på en samlet arena for de som følger nyhetsmedier på Facebook, og bevisst ønsker slik tilgang. Dette kan tenkes å treffe med Habermas' ideal om en samlet offentlighet, for å muliggjøre nyhetslesning i en travel hverdag. Men personlige interesser og behov synes å stå sterkt hos mine informanter og styrer deres informasjonstilgang. Dette kan i større grad tenkes å være muliggjort av at Internett åpner for en fragmentert offentlighet, hvor vi gjerne søker mediene som fremstår *nytteverdige* (Schrøder, 2015, s.63) blant en mengde valgmuligheter. I tillegg at man «enklere» kan trekke seg unna den politiske diskursen i de tradisjonelle mediene (Prior, 2005, s.577). Som vi har sett tidligere opplever Julie at det er for mye informasjon å forholde seg til, videre at Lise og Sara ønsker enklere grep for å muliggjøre nyhetskonsum. Alle tre sier at de er interessert i samfunnspolitiske nyheter, og mener at Facebook kan være et hjelpemiddel, som dermed kan argumenteres for å være demokratisk styrkende i en digital mediehverdag.

Schudsons (1998, s.310-311) *overvåkende borger* vil i en slik sammenheng kunne argumenteres for å styrke deres mulighet for nyhetstilgang. Ved at de har valgt å følge nyhetsmedier, overvåker de nyhetsveggen når de bruker Facebook, og dermed har de kapasitet og mulighet til å bli informert om nyhetssaker. Facebook kan synes å «alarmere» om store hendelser, som blir filtrert ut blant annet informasjonstøyt (Sunstein, 2008, s.95), og gjennomsyrrer sosiale medier på grunn av dens generelle politiske viktighet. En slik «innbruddsalarm» (Zaller, 2003, s.122) kan trekkes frem ved et eksempel fra Julies dagbok, hvor hun skriver at hun scrollet gjennom Facebook mens hun satt i en skoleforelesning. Her kom hun over en nyhetssak om terrorangrep i USA fordi et nyhetsmedium hun følger hadde delt saken. Hun skriver i dagboken at det er slike nyheter hun ønsker å få med seg, men at hun tenker hun selv enkelt kan gå glipp av slik fordi hun ikke oppsøker nyhetsmediene direkte. Likevel synes hun det hjelper å følge noen nyhetsmedier på Facebook for å muliggjøre nyhetskonsum. Det er også interessant hvordan hun forteller i intervjuet at hun ikke anser seg selv som å få med seg mye nyheter, men hvor dagboken faktisk viste hvordan hun var en av de som fikk mest nyheter av informantene. På Facebook fikk hun «harde» nyheter relatert til norsk asylpolitikk og terror i Somalia og USA, i tillegg til nyheter rettet mot hennes interesser som kosthold. Dermed fremstår dagboken sentral for å få et mer

fullstendig bilde av hvordan hun forholder seg til Facebook og nyheter. Her kan også en diffus nyhetsaktivitet som vi tidligere har drøftet, igjen komme til syne.

I tillegg er det empirisk utfordrende å undersøke hvorvidt man er en *overvåkende borger*, ettersom det er vanskelig å måle folks politiske interesse og generelle forståelse av hva som foregår i en politisk verdenssammenheng. Schudson (2000, s.16) mener at gjennom overvåking er det nødvendig å kunne identifisere saker som informerer om fare for samfunnet, for at en slik borgerrolle skal få nå dets tenkte potensial. Hans begrep kan problematiseres i en tid der sosiale medier er sentrale informasjonskilder, særlig ettersom vi har sett informantene også benytter seg av Facebook for andre formål enn nyhetslesning. Men som vi tidligere har sett hvordan Lise og Sara gjør en tydelig *sjekking* av nyhetene, og Julie som får med seg nyheter uten å gå i dybden, kan det argumenteres for at de kan innta en *overvåkende borgerrolle*. Dette er fordi de allerede har en interesse for og ønsker å få med seg nyheter, men som vi har sett muliggjøres gjennom Facebook. Dette er fordi det her ikke kreves at de skal holdes informert om alt til enhver tid, da de istedenfor får med seg nyheter gjennom også andre formål ved bruken av Facebook. Det kan dermed argumenteres for å være enklere å innta en *overvåkende borgerrolle* gjennom Facebook, fordi man følger nyhetsmedier. Men dette kan problematiseres videre ettersom informantene forteller de ønsker nyhetsfiltrering tilpasset *dem*.

4.2.2 «Nyheter tilpasset meg»

I forlengelse av det å ha valgt å følge nyhetsmedier på Facebook, hvor det ligger et underliggende ønske om å bli eksponert for nyheter, kan det være interessant å ta for seg hva informantene tenker om det å være informert. Her mener alle at det er viktig å få med seg nyheter og til en viss grad være informert om saker som store politiske beslutninger og katastrofer som terror. Men likevel forteller flere informanter at de ikke har behov for å være informert om alt til enhver tid, fordi det ikke er relevant for *dem* og *deres* liv, som også dreier seg om personalisering. Følgende kommer eksempler på sitater fra to informanter som understreker dette funnet:

Jeg tenker jo at det er viktig, hvert fall til en viss grad å vite hva som foregår, for eksempel hvis du ikke har fått med deg at det er valg i Norge, da er det et problem. Det er viktig å få med seg hvert fall de store tingene. Og så kommer det an på hva man vil, hvis du skjønner... Hvis du har lyst til å bli politiker så er det kanskje mye viktigere å følge med på nyhetene, særlig de sakene med ekstra fokus på politikk, da. Jeg

burde sikkert fulgt litt mer med, ehm, ikke bare på det som på en måte er hovedsakene på sosiale medier. Men det er sjeldent at jeg føler at jeg har gått glipp av noe skikkelig viktig, at jeg blir sånn «har dette skjedd?» eller «dette har jeg ikke hørt om». Det pleier ikke å skje, så sånn sett så føler jeg ikke at det er et stort problem [med Facebook som nyhetstilgang].

Sara

Jeg slipper selv [på Facebook] å filtrere gjennom alle fotballsaker som jeg har null interesse for, og kjendisnyheter som jeg omtrent *aldri* leser, sånne ting som ofte blir frontet stort i de tradisjonelle mediene, fordi det *er* mange som er interessert i det, det er bare ikke jeg i det hele tatt. De [redaksjonelle mediene] blander veldig det som er viktig og nyhetsverdig, med sport- eller kjendisnyheter, eller «her er den nye slankekur». Da slipper jeg å lete gjennom alle de store bildene og kjendisene, for å finne de små nyhetssakene jeg faktisk vil lese. Og jeg tror det er en god del veldig snevre, smale og små nyheter som kommer opp på min Facebook som jeg tror jeg hadde slitt med å finne på de tradisjonelle mediene.

Lise

Her ser vi hvordan informantene skiller mellom generelle nyheter og nyheter for dem selv. Begge informantene peker på at de ikke opplever det som nødvendig å være fullt informert om saker forbi egne interessefelt. Sara mener valg av studie og yrke styrer hva man bør holdes oppdatert på av informasjon. Hun fremstår å holde et våkent øye gjennom *overvåking* (Schudson, 1998, s.310-311) av Facebook, i tilfelle det skjer noe viktig i det politiske landskapet. Hun forteller at hun ikke opplever å komme over situasjoner der hun ikke har fått med seg de største nyhetssakene, som hun tidligere har pekt på terrorsaker som eksempel på dette. For å underbygge det Sara sier her, kan vi trekke frem også at «Erik» derimot ikke har noe personlig interesse av å vite hva som foregår forbi hans studieretning, hvor han kun følger *Dagens Næringsliv*, som gjerne retter nyheter mot økonomi og næringslivet. Sara styrer informasjonstilgangen ved å følge diverse nyhetsmedier for å sikre seg generelle nyhetsoppdateringer. Erik mener selv han får mest nyheter på Facebook gjennom andres delinger, noe vi skal ta for oss i neste kapittel. Men likevel har han valgt å følge et nyhetsmedium, som dermed gjør at han har bidratt til å tilpasse nyhetsstrømmen mot et ønske om å få nyheter. Dette er derimot basert på personlige interesser.

Som vi ser i sitatet over erkjenner Lise at kjendiser og underholdning er en del av det tradisjonelle nyhetsbildet, men at hun ikke ser på det som nyheter for *henne* og forklarer hvordan Facebook gir henne nyhetene hun vil ha. Dette er gjerne de «harde nyhetene» (Shah, mfl., 2007, s.681) eller nisjényheter, som hun mener hun får tilgang til kun på Facebook. Gjennom å benytte seg av Facebook mener Lise at hun får nyhetene hun *ønsker* og som er viktig for *henne*. I tillegg

mener hun at de tradisjonelle mediene ikke har denne styrken i å tilby henne personalisert nyhetsstilgang, nettopp fordi hun direkte gjennom nettaviser også vil bli eksponert for sportsnyheter, som ikke er av hennes interesse.

Vi kan dermed forstå personlig filtrering på flere måter. Lise mener hun har muligheten til å lese ti aviser daglig fordi innholdet synliggjøres gjennom én plattform og ikke fordelt på flere nettavisers direkte plattformer. Her kan filtreringen argumenteres for å bidra til hennes aktive nyhetslesning. Erik derimot har også benyttet seg av filtreringsmuligheten Facebook tilbyr, der han følger kun et nyhetsmedium, relatert til hans studieretning. Ved disse to eksemplene ser vi både en styrke og begrensning ved Facebook som nyhetskanal. Erik risikerer i større grad enn Lise å aktualisere «The Daily Me», der man tilpasser innhold egne interesser (Sunstein, 2008, s.95). Videre en risiko for «filterboble» av det gjenkjennelige og lite rom for nye innsikter (Pariser, 2011, s.15). Men igjen forteller også Lise at hun gjør det på denne måten for å nettopp få tilgang til hennes «daily me». Facebooks rolle er todelt også ut fra hvordan Lise benytter seg av plattformen. På den ene siden bidrar hun til mulighet for å få med seg nyheter, særlig når hun aktivt har valgt å følge diverse nyhetsmedier. Også fordi hun benytter seg av Facebook intensjonelt for nyheter, hvor hun uten denne tilnærmingen mener hun ikke hadde hatt tid til nyhetskonsum på samme måte. På den andre siden leser hun mye nyheter, men er gjerne tilpasset egne behov. Videre vil jeg presentere ulike forklaringer på hvordan noen av informantene forholder seg til nyheter tilpasset egne interesser, for å konseptualisere «The Daily Me»:

Hvis det er masse nyheter jeg interesserer meg for på Facebook, så vil jeg jo klikke meg inn på flere nyheter. Men samtidig hvis det blir for sortert, at det kun er ting jeg interesserer meg for, da vil jeg jo gå glipp av ting jeg ikke interesserer meg for, som er viktige. Men det er jo heller ikke i like stor grad at jeg vil klikke meg inn på ting jeg ikke synes er interessant.

Simen

Innholdet på Facebook er rettet mot deg som person og jeg personlig leser aldri nyheter som jeg ikke er interessert i, og klikker meg aldri inn på ting som ikke appellerer til meg på et eller annet vis. Så da hadde det bare ikke nyttet hvis jeg hadde fått en hel haug med nyhetsartikler som noen andre mente at jeg burde ha lest. Hvis jeg hadde fått alt det i hendene, så hadde jeg vært litt sånn «åh, dette gidder jeg ikke, jeg vil heller gjøre noe annet». Så da er det bedre med sosiale medier, at du får det rettet mot deg sånn at du i utgangspunktet er bittelitt interessert.

Lise

Her ser vi at både Simen og Lise ikke leser nyheter som de ikke interesserer seg for, men de har ulik forståelse av hvordan Facebook fungerer i en slik sammenheng. Simen mener det på Facebook kan bli altfor sortert mot egne interesser – som gjør at han kan miste viktige nyheter (Pariser, 2011, s.106). Han viser en refleksjon rundt at de som hviler på sosiale medier for nyhetsoppdateringer kan miste en bred nyhetsdiett (Elvestad og Phillips, 2018, s.165). Lise mener Facebooks rolle for filtrering er svært sentral for hvorfor hun benytter seg av plattformen som nyhetskanal. Hun får nyheter som Facebook bestemmer at hun bør få med seg, og trives bedre med det enn at nyhetsmediene eller andre skal bestemme det. Hun sier at innholdet på Facebook er rettet mot henne, og at hun aldri hadde lest nyheter hun ikke synes er interessant. Facebook kan forsterke seleksjon av innhold tilpasset egne interesser, som «The Daily Me» innebærer (Sunstein, 2008, s.95). Vi har sett at informantene ønsker å trekke seg vekk fra direkte bruk av redaksjonelle medier, da de opplever å kunne få personlig filtrering på Facebook.

Satt på spissen kan man i et demokratisk perspektiv spørre seg hvordan samfunnet skal fungere dersom alle kun bryr seg om seg selv. I en deliberativ demokratimodell som kan synes treffende for de nordiske landene, spiller mediene en rolle for å inkludere borgerne i den politiske prosessen, ved å spre informasjon som borgerne behøver for å bli alarmert om regjeringens handlinger (Elvestad og Phillips, 2018, s.3-4). Tradisjonelle plattformer gir informasjon som eksponerer oss for uventet informasjon (Elvestad og Phillips, 2018, s.20). Dette står i kontrast til hvordan informantene mine forteller hvordan de benytter seg av Facebook som tilpasset nyhetskanal. Et slik perspektiv er likevel ikke enkelt å måle empirisk, men kan tenkes å heller ikke være svart på hvitt. Sara mener at hun ikke kun leser det hun er enig med eller interesserer seg for, og forteller at hun ikke kun får tilpassede nyheter på Facebook. Dette kan synes å ikke samsvare med forståelsen av at fragmenteringen kun gir medieinnhold man interesserer seg for (Enjolras, mfl., 2013, s.131), eller at vi forblir i en «filterboble» av innhold som er gjenkjennelig og gir lite rom for ny informasjon (Pariser, 2011, s.15). Men likevel kan dette være større risiko på Facebook, fordi man blir eksponert for nyheter gjennom algoritmer som bestemmer hvilket innhold som skal vises (Thorson og Wells, 2016, s.317-318), og gjerne samsvarer med det man tidligere har «likt» eller klikket seg videre på (Pariser, 2011, s.37-38).

Innholdet baseres også på at de gjennom å følge nyhetsmedier på Facebook, har valgt å bidra til å kontrollere nyhetsstrømmen (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.427). Likevel kan det også dukke

opp saker man ikke har interesse for, som Sara peker på. Sunstein (2008, s.96) mener at dersom man eksponeres for innhold man selv ikke har valgt, vil deres interesser og synspunkt kunne endres, og skape større kunnskap og forståelse for hvordan felles borgere tenker. Det kan dermed argumenteres mot dette ved at å følge nyhetsmedier, kan det åpnes opp for tilgang til flere nyheter, enn å la nyhetsveggen bli en ukontrollert tilgang til nyheter gjennom *nedstrømslesning*. Gjennom *oppstrømslesning* som å følge nyhetsmedier, lar man ikke kun algoritmene bestemme innholdet basert på tidligere erfaringer tilknyttet egne interesser. Det å forsøke å påvirke nyhetsveggen kan dermed gjøre en «filterboble» mindre sannsynlig (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433-434).

Erik viser i dagboken at han får mest nyheter fra det ene nyhetsmediet han følger, som er tilpasset hans livssituasjon og interesser. Men han peker selv på at dersom han benyttet seg i større grad av redaksjonelle medier direkte, hadde han her også uansett valgt ut nettavisene og sakene han ville lest. Det kan dermed sies at personalisering ikke er noe nytt, ettersom folk alltid har hatt ulike personligheter og konsumert enkelte seksjoner og ignorert andre (Thurman, 2011, s.411). Informantene får uansett med seg hva for eksempel TV2, NRK eller Dagens Næringsliv publiserer på Facebook ved å følge dem. Likevel er man avhengig av å bruke mye tid på Facebook for å få med seg nyhetene akkurat når de er aktuelle og på toppen av nyhetsveggen. Algoritmisk nyhetsseleksjon er basert på publikums preferanser og fokuserer på nyheter som er populære og spredt viralt enn nødvendigvis nyheter som er viktige, og kan risikeres å ikke gjennomsyre Facebook (Elvestad og Phillips, 2018, s.163). Ny informasjon er raskt ikke ny lenger og forsvinner lenger ned på nyhetsveggen (Pariser, 2011, s.37-38). Likevel mener flere informanter at store saker holdes på toppen av nyhetsveggen, som de får se når de benytter seg av Facebook. De forteller også at de *sjekker* (Ørmen, 2016, s.172) Facebook flere ganger daglig, der sannsynligheten for å gå glipp av store hendelsesnyheter er liten.

Selv om Sara følger nyhetsmedier på Facebook, kan det tenkes at kun enkelte saker finner veien fra den tradisjonelle plattformen til Facebook. Nyhetsmediers profilkontoer på Facebook, filtrerer også ut innhold som publiseres her. Det er dermed ikke sagt at hun da får med seg alle sakene som er satt på dagsorden. Når man ikke vet hva som er blitt valgt bort eller fremhevet, kan man ikke overstyre valgene av hva man bør vite noe om (Aalen, 2013, s.136). Dette er noe vi ser Simen også er inne på i sitatet over. Det kan dermed argumenteres for hvordan konkurrerende

mønstre av informasjonsflyt som *personlige- og algoritmiske filtreringer* (Thorson og Wells, 2016, s.314), synes å skje samtidig. I sammenheng med seleksjon – både egne valg og algoritmer, er følgende sitat interessant å fremheve:

Jeg har lagt inn så mye tid og arbeid i Facebooken min, og gått aktivt inn for å følge forskjellige sider som både aviser og TV-kanaler. Også spesifikke organisasjoner, kulturorganisasjoner, og så videre, og butikker også, så da blir nyhetsfeeden veldig interessant. Og det kommer opp veldig mye som jeg da er interessert i. Jeg vet at det er sensurert, at Facebook har algoritmer som gjør at ting skal komme opp som de vet jeg vil lese. Men det er helt greit, for jeg er klar over det, og at det vil jo da si at jeg får masse saker som jeg faktisk synes er interessante. Det gjør jo at jeg slipper å lete så mye etter nyheter, så det sparer jo mye tid, da. En av Facebook sine styrker er å målrettet kunne sende nyhetsartikler til dem de tror vil lese det.

Lise

Her ser vi at Lise har en forståelse for hvordan algoritmene på Facebook fungerer, og som bidrar til hennes tilpassede mediebruk, hvor hun nærmest har skreddersydd Facebook (Meikle, 2016, s.77). I tillegg til tradisjonelle nyheter, får hun også informasjon relatert til personlige interesser som spesifikke butikker, kulturorganisasjoner og innhold fra kjente og nære (Meikle, 2016, s.80). Lise driver med *personlig filtrering* der hun former egne erfaringer med informasjon tilpasset egne preferanser, og ikke behøver lete etter nyhetene (Thorson og Wells, 2016, s.315). Hun mener selv dette er en form for selvsensur, men at hun på den måten faktisk får innhold hun er interessert i. Gjennom å følge profiler, mener hun at hun får mulighet til en aktiv nyhetslesning, selv om det er basert på hennes personlige *saksrelevans* (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.432). Her ser vi hvordan individualisering kommer til syne. Lise er treffende for individualiseringsmekanismer som selvrealisering og intensivert refleksivitet (Couldry, mfl., 2007, s.34), ettersom hun retter seg mot nyheter som knyttes til egen livssituasjon og interesser. Men slik perfekt individuell kontroll, kan utfordre at hun får med seg viktig materiale (Sunstein, 2008, s.96). Likevel følger Lise mange nyhetsmedier og er mest interessert i «harde nyheter» (Shah, mfl., 2007, s.681), hvor Facebook ikke nødvendigvis behøver å utfordre hennes opplysning. Dette er fordi hun opplever å få med seg en bredde av viktige politiske saker, og hun forteller at Facebook anbefaler henne nyheter med andre syn på en nyhetssak. I tillegg forteller Lise også om hvordan hun opplever å nærmest være *nødt* til å forhandle med nyhetene på Facebook. For å opprettholde hennes «personaliserte nyhetskanal» og dermed nyhetstilgang i det hele tatt, krever Facebook at hun er aktiv rundt innholdet hun får:

På sosiale medier, spesielt Facebook, må du gjøre et eller annet aktivt for at historien skal fortsette. Du forhandler på en måte med Facebook om hvilke saker du selv vil få opp hele tiden, og hva du selv synes er interessant. Det avhenger av hva du «liker» og klikker deg inn på. Så bare å scrolle gjennom uten å følge med, kan for meg som bruker Facebook veldig aktivt være litt fatalt og skadelig, hvis jeg bare scroller forbi nyhetssaker jeg egentlig ville ha lest og fått med meg. Man kan ikke bare scrolle uten å tenke, fordi da kan Facebook tenke at «åh, hun vil ikke lese det i dag likevel». Så det ødelegger min nyhetslesning.

Lise

Her ser vi hvordan hun nærmest «menneskeligjør» Facebook i måten hun snakker om denne medieplattformen i tredje person. Dette kan også understreke viktigheten av personalisert mediebruk, hvor hun føler seg knyttet til Facebook som hjelper henne med aktiv nyhetskonsum. Hun forteller at Facebook til en viss grad krever at man ikke er passiv rundt innhold man eksponeres for, fordi man da risikerer å miste en fremtidig nyhetstilgang. Lises tankegang skiller seg fra flere informanter som bruker sosiale medier som nyhetstilgang, fordi de da *ikke* er nødt til å tenke for mye over deres nyhetskonsum mens de scroller. Lise opplever at hun må være aktiv rundt innhold hun er interessert i for å *fortsette* å få nyhetsinformasjon hun har personlig interesse for. På denne måten er hun ikke kun en *oppstrømsleser*, hvor hun på forhånd har valgt å følge diverse Facebook-profiler for å kunne styre tilgangen, men hun må stadig forhandle med nyhetslesningen på Facebook for å opprettholde eksponering av personlig *saksrelevans* (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.432).

I dagboken viser Lise en refleksjonsevne hvor hun diskuterte med seg selv rundt en nyhetsartikkel hun så om innvandringspolitikken i Norge. Her viste hun interesse for opplysning og dannet seg et eget perspektiv, som samsvarer med at hun bruker Facebook for å lære og få nyheter raskere (Shah, mfl., 2007, s.681). Det kan tenkes at i Lises tilfelle er ikke faren for «filterboble» helt treffende, ettersom hun gjennom dagboken viser varierende innhold av nyhetssaker, og i tillegg inntar hun en aktiv borgerrolle ved å både drøfte og forhandle med nyhetene. Hvorvidt hun får nyhetssaker som bidrar til et «ekkokammer» med *kun* informasjon basert på eget politisk ståsted, er vanskeligere å si noe om. Poenget er likevel at hun får med seg mye nyheter gjennom hvordan hun bruker Facebook, som viser at man kan være aktiv nyhetsleser på ikke-tradisjonelle måter. Hun mener hennes nyhetskonsum er muliggjort gjennom Facebook nettopp fordi hun og Facebook filtrerer bort saker som ikke appellerer til henne. Dersom hun får nyheter som ikke appellerer, har hun uansett sett overskriften som hun mener er

nok for å vite om nyheten, slik også Schudson (1998, s.310-311) beskriver hvordan en *overvåkende borger* retter seg mot nyhetsbildet.

Men Facebook kan argumenteres for å ikke kunne fungere som nyhetskanal, med mindre man som bruker gir inntrykk for at man ønsker det, gjennom å forhandle med innholdet. Igjen er det positivt at Facebook krever at man er aktiv, hvor *fordypning* (Ørmen, 2016, s.172) ønskes over *overvåking* (Schudson, 2000, s.16), som i teorien kan forsterke nyhetskonsument. Schudsons *overvåkende borger* (1998, s.310-311) kan likevel også argumenteres for å ikke fungere på Facebook, ettersom Facebook da ikke oppfatter brukernes interesse for nyhetstilgang gjennom overvåking. Det å ikke klikke på nyhetssaker vil kunne redusere mengden av nyheter som dukker opp på Facebook, som igjen kan forlenge gapet til politisk informasjon (Thorson og Wells, 2016, s.317-318). I praksis er det likevel gjerne Lise av informantene som fyller denne fordypningsrollen, selv om hun også mener at hun får med seg nyhetene kun ved å se på overskriftene. Men med en slik forståelse vil Schudsons *overvåkende borger* på Facebook fungere ut fra at informantene forhandler med nyhetene som er av deres personlige *interesser*, som ikke er tanken bak hans teoretiske forståelse. Schudsons (2000, s.16) forståelse dreier seg ikke om å overvåke nyhetsbildet ut fra personlige interesser, men å kunne identifisere fare mot samfunnet.

Informantene mener alle at dersom det skjer noe som truer samfunnet eller på verdensbasis, så er det av deres interesse, og dermed får de det med seg ettersom de følger nyhetsmedier som dekker slike hendelser, og de retter oppmerksomheten mot det. Men også som en følge av at slike store saker får mye «likes» og delinger, som løfter saken lenger opp på ens personlige nyhetsvegg. På denne måten kan Facebook anses som «innbruddsalarmen», som blant en mengde annen informasjon, filtrerer ut de største sakene i en tradisjonell politisk sammenheng. Dette skjer som en følge av at nyhetene er store nok til å gjennomsyre plattformer som sosiale medier, og dermed fanger oppmerksomheten til informantene som kan ses som *overvåker* nyhetsveggen (Zaller, 2003, s.122). Men her ligger det dermed en forutsetning om man overvåker og legger merke til de store sakene. Det kan tenkes at *sporadisk overvåkende* fremstår mer treffende med mine informanternes nyhetspraksiser på Facebook. Dette er fordi ikke alle benytter seg av Facebook for overvåking av nyhetsbildet, og dersom de gjør det så er det når de selv har tid. *Sporadisk overvåkende* innebærer at man ikke er fullt informert og heller ikke kan kontrollere hva man ikke får med seg (Ytre-Arne og Moe, 2018, s.238). Informantene opplever likevel å føle seg informert

nok, men kan tenkes å være nettopp fordi de får med seg *noe* nyheter på Facebook, uavhengig nyhetenes omfang og bredde. Facebook kan dermed tenkes å både bidra til at brukerne som følger nyhetsmedier inntar en *overvåkende* rolle, men også reduserer det å bli informert om alvorlige og viktige saker. Dette er fordi personlig filtrering får stor plass og de sjeldent klikker seg videre inn på saken. Schudsons *overvåkende borger* kan også utfordres ved at dersom man overvåker Facebook for å bli alarmert om tradisjonelle viktige nyheter, kan man enkelt scrolle fort forbi eller ikke registrere saken, dersom den ikke er av personlig interesse. Også fordi nyhetene kan forsvinne i mengden av annen informasjon på Facebook.

Ved å benytte seg av Facebook som direkte kilde til å holde en oversikt om det har hendt noe viktig eller interessant for *dem* i nyhetsbildet, kan det snakkes om en «personlig overvåkende»-årsak, istedenfor generell overvåking forbi personlig tilknytning (Ytre-Arne og Moe, 2018, s.236). Her kan Zallers (2003, s.110) «innbruddsalarm» svikte ved at Facebook kan bidra til å alarmere om nyheter basert på deres «daily me», også fordi algoritmene bidrar til dette. Informantene kan forstås som å innta en passiv rolle, fordi de har en forståelse av at nyhetene uansett kommer til dem på kanalene de benytter seg av for flere formål, der de slipper å oppsøke nyhetene direkte selv. Deres oppfattelse av at *nyhetene finner dem* på sosiale medier (Toff og Nielsen, 2018, s.8), kan være skadelig i et demokratisk perspektiv, nettopp fordi man ikke tar borgerrollen i egne hender, men stoler på at noe annet eller andre skal forsikre deres opplysning rundt de «store» nyhetene. På denne måten kan nyhetene tenkes å være en del av en behagelig og underholdende brukeropplevelse, hvor man ikke behøver å oppsøke informasjon, istedenfor et samfunnsansvar, hvor man følger med på den politiske diskursen forbi egne interesser.

Prior (2005, s.577) skriver at økt tilgang til informasjon er med på å gjøre det enklere for mediebrukere å velge underholdningsnyheter, men også politiske saker basert på egne preferanser, og at dersom man ikke utfordrer egne synspunkt kan det svekke demokratiet. Slik Habermas (1989, s.182) mente pressen utviklet seg til å inkludere ideologier og synspunkt, istedenfor å produsere nyheter i sin rene form, kan strekkes videre til hvordan nyhetene på Facebook, tilpasses informantenes egne personlige preferanser. På denne måten følger informantene ikke «den felles samtalen» og opplever heller ikke at alt angår dem, fordi nyhetene må personaliseres, som kan svekke den brede offentligheten (Gripsrud, 2017, s.28). Hvordan informantene benytter seg av Facebook som nyhetskilde står i motsetning til en forståelse om at

en delt nyhetsnarrativ er viktig for demokratiet, for å forsikre at folk får de samme versjonene av nyhetene (Elvestad og Phillips, 2018, s.29).

Men Facebook kan også ut fra Zallers (2003, s.111) perspektiv argumenteres for å fungere demokratiserende ved å «alarmere» om nyheter til de som trekker seg unna de redaksjonelle nyhetsmediene. Vi har sett Julie fortelle tidligere at hun ikke tar seg tid til å bruke nyhetsmedier direkte, fordi hun opplever det er for mye inntrykk og informasjon å forholde seg til i en travel hverdag. Her er det igjen snakk om et behov for personlig filtrering, hvor man får de mest nødvendige nyhetene. Vi kan dermed forstå at sjeldenkonsumere av direkte nyhetsmedier kan leses ut fra et tidspres og økt mengde av muligheter for informasjonstilgang. Det å være travel og overveldet gjør ikke nødvendigvis informantene til nyhetsunnvikere, men de får nyhetene på andre måter (Woodstock, 2014, s.842-843). De blir «alarmert» på en enklere måte ved å følge nyhetskanaler på Facebook. Nyhetslesningen foregår dermed i en mer personlig og sosial form. Dette skal vi nå ta et steg videre, nemlig ved å se på hva den *sosiale* dimensjonen rundt nyhetskonsumenter innebærer.

Kapittel 5: Den sosiale dimensjonen ved Facebook som «nyhetskanal»

Vi har i forrige kapittel sett på hvordan redaksjonelle nyhetsmedier gjennomsyrrer sosiale medier som Facebook, hvor slik tilgang til nyheter i større grad er attraktivt for informantene, enn å oppsøke nyhetsmediene direkte. Vi har sett et ønske om effektivisering av informasjonstilgang som en følge av tidsbegrensning, som synes gjennom filtrering av saker av personlig interesse og generell aktualitet. Jeg vil i det innværende kapittelet ta for meg dette behovet for nyhetsfiltrering videre, ved å fokusere på Facebook som sosialt nettverk, hvor informantene peker på at andre filtrerer ut nyhetene som fremstår viktig og relevant. Jeg vil fokusere på hva det er som gjør at informantene velger å se nærmere på nyheten eller i det hele tatt legger merke til innholdet. Dette analysekapittelet fokuserer dermed på noen handlingsmuligheter ved sosiale medier, som former hvordan mennesker forhandler med omgivelsene i mediene og gir nye muligheter for interaksjoner (boyd, 2010, s.39). Disse handlingsmulighetene, eller egenskapene, er venners betydning som opinionsledere. Men først vil jeg se på hvordan informantene strekker nyhetsbegrepet til noe mer enn det vi tradisjonelt anser som nyheter, som kan gi forståelse og belyse problemstillingen om hvordan sosiale medier fungerer som nyhetskanaler for sjeldenbrukere av tradisjonelle medier.

5.1 Strekker nyhetsbegrepet

Vi har allerede sett hvordan informantene strekker den tradisjonelle forståelsen av nyhetsbegrepet, til at nyhetene er noe som tilpasses deres interesser og ønsker. Flere informanter synes å ha en forståelse av nyheter som noe som ikke kun tilhører tradisjonelle medier, men at sosiale medier også er plattformer som gir nyhetsoppdateringer rundt venner, familie og bekjentes liv. De føler dermed det er naturlig å få tradisjonelle nyheter sammenblandet med private eller personlige nyhetsoppdateringer, hvor Facebook gir informasjon uansett form og innhold. Følgende sitater understreker dette perspektivet på Facebook som nyhetstilgang:

Facebook er jo egentlig ikke laget for nyheter, for nyhet-nyheter, men mer nyheter fra de rundt deg da, så det er egentlig mer personlige ting som blir delt på Facebook. Eh, så, det er egentlig ikke en veldig fin balanse der, da. For det er jo mer fokus på hva folk gjør, hva folk spiste for to timer siden og slike type ting.
Pernille

Det går sømløst inn i hverandre. Det kan være noe av skikkelig personlig interesse av meg først, og så noe som en venninne har delt, og så en nyhetssak fra NRK som kommer opp av seg selv, og så bilder av 2-åringen til vennen min liksom. Det er ingen problem for min del, for det er slik jeg forholder meg til nyheter. Og alt er jo nyheter, det venner gjør vil jeg nesten også kalle for nyheter fordi det er noe nytt som skjer og som jeg oppdaterer meg på. Så det er de forskjellige nyansene og graden av nyheter samlet på en plass. Jeg vil på en måte kalle Facebook for et nyhetsmedie i seg selv, fordi det i utgangspunktet samler ekstremt mange nyanser og forskjellige typer nyheter. Bilder, statusoppdateringer og delinger av venner kan man jo på en måte også definere som nyheter hvis man vil det. Fordi det er ting som er nytt i *ditt* liv, som du vil forholde deg til. I tillegg til alle de andre vanlige artiklene og nyhetene som kommer opp.

Lise

Vi ser i sitatene over at Pernille og Lise forklarer at de tradisjonelle nyhetene glir sømløst inn med de personlige nyhetene på Facebook. Dette gjør at man kan stille seg spørsmålet om hva dette gjør med forståelsen av nyhetsbegrepet, hvor Facebook kan tenkes å forminske linjen mellom hva som refereres til «nyheter» og «underholdning» (Aalberg, mfl., 2013, s.288). Det kan dermed argumenteres for at informantene *strekker nyhetsbegrepet* fra en tradisjonell forståelse av nyheter som ny informasjon i etablerte tradisjonelle medier – til en forståelse om at nyheter på Facebook er en sammenkobling av en mengde ny informasjon fra flere hold. Lise og Pernille synes å oppleve Facebook som en passende plattform å få tradisjonelle nyheter, ettersom det på nyhetsveggen er ny informasjon i fokus, enten det er i form av reklame, hendelser i venners liv eller tradisjonelle nyhetssaker. «Nyhetsoppdateringer» på venners liv kan kategoriseres som *myke nyheter*, nemlig en del av underholdningen på Facebook (Shah. mfl., 2007, s.681). De tradisjonelle nyhetene, og her særlig inkludert de *harde nyhetene* som samfunnspolitisk informasjon (Shah. mfl., 2007, s.681), blir en del av en plattform av *ny* informasjon, ikke nødvendigvis *nyhetsinformasjon*. Sitatene over kan være med på å understreke personaliseringen av de tradisjonelle nyhetene, hvor sosiale medier leverer allmenn eller offentlig nyhetsinformasjon, på en personlig eller privat tilnæringsmåte.

Det at personlige oppdateringer på Facebook blir ansett som nyheter nærmest på lik linje med tradisjonelle nyheter, er ikke noe nytt. Meijer og Kormelink (2015, s.676) skriver at «sjekkesyklusen» illustrerer en videre definisjon av hva som regnes som nyheter for brukerne, nemlig ikke kun hendelser beskrevet av journalister, men at alt som anses som nytt er nyheter. En slik forståelse av nyhetsbegrepet og at Lise mener Facebook kan kalles et nyhetsmedium i seg

selv, kan kobles til Mathieu og Pavlickovas (2017, s.427) forståelse av Facebook som et *metamedium*. De mener dette innebærer en kryssmediebruk innenfor nyhetsstrømmen, som tilbyr brukerne å bli eksponert for et bredt og variert innhold på et og samme sted. Dette kan knyttes til funn i forrige kapittel, nemlig at informantene opplever å få nyhetene der de befinner seg. Videre at den tradisjonelle nyhetslesningen ikke lenger synes som en egen aktivitet, men en del av bruken av sosiale medier for også andre formål og andre oppdateringer. Deres «sjekkesyklus» involverer sosiale medier av betydning, hvor de holder seg oppdatert på hva som skjer i deres personlige liv og ellers i verden (Meijer og Kormelink, 2015, s.670). De tradisjonelle nyhetene kan i denne forstand både argumenteres for å treffe sjeldenkonsumere ved at de blandes med annen personlig informasjon, men også at nyhetene ikke får en egen oppmerksomhet, og fort kan forsvinne i mengden av annen informasjon. Dette er noe «Karoline» understreker:

Det kan være rotete til tider at man ikke kan skille mellom det gøye som skjer med venner og når du skal lese noe alvorlig som har skjedd. At du ser et bilde av venninnen din og så ser du et bilde av noe som har skjedd i USA eller i Midtøsten. Det blander seg ikke på en god måte. Det blir veldig personlig og veldig påvirket av hva du selv søker etter. Hvis det personlige og nyheter jeg må se blandes, kan det personlige ta over nyhetene der jeg ikke får det jeg trenger. For jeg er så avhengig av at nyhetene skal være på sosiale medier, fordi det er steder jeg følger nyhetskontoer. Noen dager får jeg ikke nyheter, da får jeg bare noen småting. Det er ikke bra for meg for jeg søker ikke opp nyhetene selv. Noen dager får jeg bare vennegreier.

Karoline

Her ser man en viktig refleksjon fra en informant som i utgangspunktet bruker særlig Instagram og Facebook som nyhetstilgang, at hun likevel har forståelse av at enkelte nyheter kan forsvinne i mengden. På denne måten vil tradisjonelle medier tilby nyheter eksplisitt, hvor man får nyhetene samlet på et sted, uten å bli visket ut av personlige og private innholdsformer som kan forstyrre eller begrense tilgang til nyhetene. Hun trives med informasjon i en annen personlig form, hvor hun derfra kan gjøre egen *fordypning* rundt nyhetene hun får (Ørmen, 2016, s.168). Et eksempel er at hun skriver i dagboken at hun fikk vite om terrorangrep i Somalia på Instagram og Facebook, gjennom ikke-redaksjonelle nyhetsformer. Hun sjekket nettaviser for å se mer om saken, men fant ikke dette. Hun mener sosiale medier i større grad kan gi informasjon som er betydningsfull for henne fordi det alltid er noen som vil dele det.

Simen forteller han har mer interesse av å se nyheter på Facebook enn direkte på en nettavis, fordi da har noen *sett, delt og tenkt* noe rundt denne saken på forhånd, og ikke kun en del av

nyhetsredaksjonens «framing» av innholdets betydning (Gerth og Siegert, 2012, referert i: Hänggli, 2012, s.301). På denne måten opplever han at nyhetene er mer relevant for *ham*, enn dersom han hadde funnet saken på egenhånd, fordi han opplever at «nyheten finner ham» (Toff og Nielsen, 2018, s.8). Simen peker ikke spesifikt på venner i denne forklaringen, men generelt at nyheten kommer i en sosial og personlig tilnæringsform, som gir forståelse om at det er en årsak til at nyheten har gjennomsyret andre plattformer. Dette er da ettersom nyheten er filtrert fra det generelle nyhetsbildet og «gjenfortalt» på Facebook, som dermed aktualiserer en forståelse av nyhetens aktualitet. Informantene oppfatter det som naturlig å få nyhetene på Facebook, ettersom de da får alt av innhold samlet på et sted. Dette kan bidra til at de blir eksponert for nyheter, som de som sjeldenbrukere av tradisjonelle nyhetsplattformer kanskje ellers ikke ville sett. Dette står i kontrast til Elgesem og Olsens (2013, s.18) funn om at deres informanter ikke uttrykker formen på nyhetene som årsak til at de i liten grad bruker tradisjonelle nyhetsmedier. Mine informanter derimot forklarer den «sosiale» formen for nyhetstilgang som svært sentral for nyhetskonsumenter. Vi skal videre se på hvordan informantene fanger opp de tradisjonelle nyhetene i en mengde «nyhetsinformasjon» på Facebook.

5.2 Venner som nyhetsformidlere

Som vi akkurat har sett over og i forrige kapittel, har selve formen til Facebook betydning for hvorfor informantene ønsker å få nyhetene her. Vi har sett at denne formen viser seg å være en «sosial» tilpasning av innhold, men som vi nå skal se har betydning for hvilke nyheter, men særlig hvorfor og hvordan informantene leser nyheter. Det kan tenkes at det som gjør sosiale medier til private og personlige plattformer, er at man kan dele interesser og kommunisere med venner, som også kan være viktige informasjonskilder (boyd og Ellison, 2013, s.159). Alle informantene forteller at de benytter seg av sosiale medier for å kommunisere direkte og indirekte med venner, men også for å følge med på venners og bekjentes innholdspubliseringer. Hvordan retter unge mediebrukere oppmerksomheten mot tradisjonelle nyheter på Facebook i en slik forbindelse? For å svare på dette skal vi nå se på hvordan noen informanter trekker frem

venners⁶ betydning for nyhetstilgang, gjennom «liking»⁷ og delinger. Videre vil jeg se på hvordan «The Daily Me» synes treffende i en slik sammenheng, og deretter hvordan «strong»- og «weak ties» er avgjørende for deres syn på nyhetskilder. Jeg vil ikke utelukkende fokusere på informanter som *ikke* følger nyhetsmedier, men vil til slutt drøfte det å bli tilfeldig eksponert for nyheter. Venner som opinionsledere blir enda mer sentral for de som ikke åpner opp for slik nyhetstilgang gjennom å følge nyhetsmedier.

5.2.1 Venner som deler og «liker» nyheter

Slik som Thorson og Wells (2016, s.316-317) peker på *sosiale nettverk* som en kurasjonsaktør i en ny digital mediehverdag, skriver Pernille i dagboken at hun fikk med seg nyhetsoppdatering på et bombeangrep i Brussel, som en følge av at en venn hadde delt saken på Facebook. Hun skriver videre i dagboken at hun tror hun ikke hadde fått med seg dette, dersom det ikke hadde vært for denne nyhetsdelingen. Dette sier hun er fordi hun selv ikke hadde benyttet seg av tradisjonelle medier den senere tiden, og ettersom hun *ikke* følger nyhetsmedier på sosiale medier, som kan åpne opp for slik eksponering. Jeg tok dette eksempelet fra dagboken med i intervjuguiden, der jeg spurte henne om hun kunne utdype dette:

Det er egentlig litt greit fordi at de jeg er venn med på Facebook, det er jo en grunn til at jeg er venner med de. De deler jo ting som jeg selv har interesse for, og derfor føler jeg at det på en måte ikke blir sånn «spam» da, at folk deler masse unødvendige nyhetsartikler. Da er det faktisk noe som er stort og noe som vekker interesse. Jeg ser meg selv i vennene mine, så hvis de har delt noe så må det bety at dette er viktig, at «ok, det at hun har delt det liksom, da må jeg få med meg hva som skjer». Spesielt også fordi, hallo, vi kommer jo til å møtes igjen, og hvis hun delte det så er det stor sannsynlighet for at vi kommer til å snakke om det. [...] Før du leser en artikkel om noe som noen har delt, så får du med deg hvordan folk reagerer på det og hva de sier om det i veldig korte trekk. Man kan trykke på at man blir sint eller glad [like-knapper] av å lese noe, som gir pekepinn på «okei, hva handler dette om, hvilken følelse får du av å lese det?»

Pernille

Pernille synes å mene at Facebook er et nyttig sted å få nyhetsinformasjon fordi hun både ser seg selv i vennene og har fellesinteresser med de som synliggjør nyhetene for henne. Hun opplever at

⁶ Jeg vil gjennomgående referere til «venner» som en samlebetegnelse av venner både innenfor og utenfor det digitale nettverket, med mindre jeg sier noe annet som i fokuset på «strong»- og «weak ties».

⁷ Jeg vil benytte meg av anførselstegn foran det å *like* innhold, ettersom jeg skiller mellom en praksis og følelse.

nyheter som finner veien til Facebook, hvor hun ser venners synlighet rundt innholdet – gjør at hun tenker at nyheten er relevant for henne. Hvordan hun bruker begrepet «spam» er interessant, ettersom det i den digitale alderen tilbys informasjonsmangfold (Enjolras, mfl., 2013, s.38), hvor det også på sosiale medier er mye informasjon å forholde seg til. Men det kan tenkes at venners rolle er å bidra til personlig filtrering av hvilket innhold som oppleves nødvendig å få med seg. Dette er både informasjonens allmenne viktighet, men også basert på personlige interesser. Dette kan korrespondere med Habermas (1989, s.201) som mente at det i dag må opprettes anledninger for identifikasjon, hvor den offentlige sfære ikke lenger er tilstede men må bli skapt. På denne måten kan Pernille knyttes til den brede offentligheten gjennom hvordan venner gjennom deling av nyhetene skaper identifikasjon. Her er venner en del av personaliseringen og sentralt for at hun får med seg oppdateringer i det tradisjonelle nyhetsbildet. Petter forteller også at dersom han ser venner har vært aktiv rundt en nyhetssak, kaster han et ekstra blikk på saken, særlig hvis overskriften egentlig ikke vekket interesse. Petter følger heller ikke nyhetsmedier på Facebook eller andre sosiale medier. Her ser vi hvordan den sosiale dimensjonen ved Facebook som deling skaper tilkobling til andre, og at dersom nyhetene ikke er delt, kan sjansen være mindre for at de får nyheter (Ørmen, 2016, s.177).

Flere informanter forteller at «liking» av innhold gir en oppfattelse av hva slags følelse man bør få av nyheten, og som dermed kan tenkes å si noe om nyhetens subjektive verdi og offentlige verdighet kombinert (Elgesem og Olsen, 2013, s.7). En slik handlingsmulighet ved sosiale medier er kalt «*emotikons*», en term for å kombinere bilde og tekst, som illustrerer følelser eller tilsier hvordan ordenes betydning er ment å tolkes (Dresner og Herring, 2010, referert i: Baym, 2015, s.68). Ved å «like» innhold på Facebook, kan man differensiere mellom emotikons som for eksempel et «hjerte», «tommel opp», «tommel ned», «grine fjes» og «sint fjes». Som siteter over viser, forsøker Pernille å forstå nyhetens atomsfære gjennom hvordan venner «framer» nyheter ved «liking», som bidrar til å beslutte hvordan hun retter oppmerksomheten mot innholdet. På Facebook synes ikke kun journalistenes «framing» av nyhetene som sentral for nyhetsinformasjonen (Gerth og Siegert, 2012, referert i: Hänggli, 2012, s.301).

I sammenheng med dette er vi inne på teorien om *opinionslederskap*, som på 1950-tallet ble utviklet av Katz og Lazarsfeld etter å ha identifisert viktigheten av andres rolle i distribuering av informasjon fra media og offentlige kilder (referert i: Bergström og Belfrage, 2018, s.584). Denne

teorien kan synes å være fremdeles sentral i sammenheng med sosiale medier, noe som understrekes av informantene mine som vi skal se på videre, men også som vi allerede har sett hos Pernille. I forbindelse med forståelsen av opinionslederskap, er også *to-steps-hypotesen* sentral, hvor nyhetsinformasjon kommer i flere ledd for å nå ut med budskapet til mottakeren (Katz og Lazarsfeld, 1995, s.32). Bennett og Manheim (2006, s.214-215) mener det gjennom sosiale medier er mer aktuelt med *et-steps-hypotese*, fordi informasjon kommer direkte fra avsender til mottaker gjennom en digital medieplattform, som ekskluderer opinionslederens rolle. Jeg vil argumentere for at Facebook-venner som opinionsledere likevel fortsatt har en rolle i nyhetsformidlingen. Dette er fordi at selv om informasjon går raskt og direkte gjennom Facebook, betyr ikke det nødvendigvis at venner eller andre ikke lenger har betydning for informasjonsspredning og oppmerksomheten mot nyhetene.

To-steps-hypotesen kan fortsatt forklare hvordan vi kan forstå informasjonsflyten på Facebook (Choi, 2015, s.700). Nyheten kan komme fra en nettavis og finner videre veien til Facebook, som igjen blir observert og registrert av en selv, på grunn av venners interaksjon rundt nyheten. På denne måten kan det argumenteres for at nyheten går gjennom *tre* steg for å nå ut til mottakeren og kan dermed aktualisere opinionslederens rolle i større grad. Dette er fordi gjennom en mengde annen informasjon på sosiale medier, kan venner enklere bidra til å styre ens oppmerksomhet rettet mot nyhetsinformasjon. *To-steps*-forståelsen av informasjonsspredning kan tenkes å være treffende med det vi har sett i forrige analysekapittel, nemlig for de som følger nyhetsmedier. Her spiller ikke opinionsledere nødvendigvis en rolle for deres eksponering, da nyheten går fra nyhetsmediets plattform til Facebook. Men de som ikke følger nyhetsmedier kan bedre forstås gjennom det jeg argumenterer for å være en «tre-steps-hypotese», ettersom det her behøves andre faktorer for å kunne fange opp nyheten, nemlig det sosiale nettverket. Vi skal videre ta for oss «The Daily Me» i et fokus på nyhetsdelinger.

5.2.2 Venners rolle for «The Daily Me»

Som vi har sett tidligere er Lise den informanten som er den mest aktive nyhetsleseren gjennom Facebook ved å følge flere nyhetsmedier. Hun har derimot et annet forhold til hvordan venner og nyheter henger sammen. Hun forteller at hun er mer opptatt av å se hva vennene «liker» og deler, altså hva som fanger *deres* oppmerksomhet, enn at venner spiller en rolle for hvorvidt hun ønsker se nærmere på *nyheten*. Venner kan dermed spille en mer avgjørende rolle for de som ikke har

åpnet opp for tilgang til nyheter som å følge nyhetsmedier. Videre forklarer Lise at venner er mer subjektive og ofte har en agenda med å dele saker, hvor de kan være partiske i en politisk nyhetssammenheng. Hun sier at dersom de deler saker som følger et annet politisk parti enn hva hun er enig med, så vet hun at denne personens nyhetsdelinger ikke er interessant for henne selv. Pernille opplever at hun har fellesinteresser med venner som definerer hvor oppmerksomheten hennes bør ligge, men Lise opplever ikke at hun alltid har like interesser eller syn som vennene. Dette gjør at Lise kan tenkes å forhandle med nyhetene i større grad enn Pernille, hvor Lise inntar en tydeligere refleksjons- og filteringsrolle over nyhetene.

Men her kan også tanken om «The Daily Me» diskuteres, ettersom Lise sier hun ikke er interessert i å få nyheter forbi hennes politiske ståsted. Her risikerer Lise å forbli i en «filterboble» (Pariser, 2011, s.15) av informasjon hun er enig med. Hvorvidt «filterboblen» er treffende for Pernille er vanskeligere å ta for seg, ettersom hun ikke forteller om filtrering av politisk innhold. Men fordi Pernille ser seg selv i vennene, kan hun også bli eksponert for innhold som reflekterer interesser som er som skapt for henne og for folk som henne selv (Sunstein, 2008, s.99). Lise fremstår derimot å ikke sluke nyhetene, men fordøye innholdet med et kritisk blikk, hvor hun ikke brått lar seg forme av venners nyhetsdelinger. Pernille får i større grad nyheter basert på en felles virkelighet, hvor nyhetsdelinger fra venner kan gi følelsen av det gjenkjennelige. En risiko for «filterboble» kan dermed likevel argumenteres for å være treffende for Pernilles nyhetsvegg (Pariser, 2011, s.15).

Slik Simen sier kan Facebook fungere som en «sosial boble» med innhold folk trives med. Nyhetstilgangen skjer i et område hvor sosiale bånd har betydning for deres nyhetskonsum. Her kan forståelsen av «The Daily Me» problematiseres, fordi begrepet innebærer en *egen* seleksjon av innhold basert på egne interesser (Sunstein, 2008, s.99; Thurman, 2011, s.411). For det første, hvis vi tar tak i personlige interesser som en del av betydningen av begrepet, kan venner tenkes å være en del av informantenes «daily me». Dette er fordi venner er en stor del av Facebook som et sosialt nettverk, og kommunikasjon med venner og oppdatering på venners liv er noe informantene mener er sentralt for deres bruk av sosiale medier. For det andre, ved å se på delen av begrepet som innebærer egne seleksjoner, kan det likevel tenkes at venner er selektive for informantene. Her gjør de ikke egne utvalg av deres nyhetsmeny, men venner formidler og anbefaler nyhetene for dem (Hermida mfl., 2012, s.821). Selv om «The Daily Me» med et fokus

på «meg» og ikke venner, kan sosiale bånd synes som en del av personaliseringen i dette tilfellet. Begrepet dekker dermed ikke nødvendigvis kun egne seleksjoner for å personalisere nyhetstilgangen, slik vi har sett i forrige kapittel. Dette er et viktig analytisk funn, nemlig at denne forståelsen av begrepet kan strekkes til enda et nivå av seleksjon og filtrering.

Det kan argumenteres for at Lise ikke kun er treffende for «The Daily Me». Dette er fordi hun får opp saker hun *ikke* er like interessert i, gjennom venners interaksjon med innholdet. Hun mener selv at hun ikke hadde blitt eksponert for slik innhold, dersom det ikke hadde vært for noen av vennenes ulike interesser. Hun kan dermed tenkes å få et mer nyansert nyhetsbilde, selv om hun ikke nødvendigvis klikker inn på sakene, men registrerer innholdet. Slik vi har sett på tidligere *overvåker* Lise nyhetsveggen på Facebook, hvor hun får med seg nyheter på overskriftsnivå. Hun forteller at Facebook anbefaler henne profiler som venner følger eller har «likt» innhold fra, ettersom Facebook tror dette er interessant for henne også. Dette understreker viktigheten av venners rolle på Facebook og videre for nyhetskonsument. *Algoritmiske filtreringer* bidrar til at brukerne og innhold blir tilkoblet hverandre, hvor det folk som deg har «likt» eller delt av innhold, styrer informasjonsspredningen og synligheten på ens egen nyhetsvegg (Thorson og Wells, 2015, s.317-318). I forbindelse med dette forteller Lise at hun selv er aktiv rundt nyhetsinnhold hun ser på Facebook:

Jeg differensierer mellom å trykke «liker» [tommel opp-emojikon] og trykke på «hjerte»-knappen. Fordi det er en av de tingene Facebook nettopp har gjort – at de du trykker «hjerte» på får enda et «boost» på en måte, de får større «boost» enn hvis du bare trykker på «liker». Så de sakene, eller eh, ting som kommer opp da som jeg liker ekstra godt, de trykker jeg «hjerte» på for da får de et ekstra «boost» til å sendes videre til andre. Så da blir det mer synliggjort – ting som jeg mener andre burde få opp i sin «feed».

Lise

Det at hun «liker» innhold for å synliggjøre det for andre på Facebook kan synes som at hun bidrar til andres nyhetslesning på dette sosiale nettverket, hvor hun for andre er den vennen som formidler nyheter og kan spille en rolle som opinionsleder. En slik handlingsmulighet som Facebook innehar bidrar til informasjonsflyten i et større nettverk. I forlengelse av dette kan en forståelse av sosiale medier som en begrensning på demokratiet, ikke synes treffende i sammenheng med at Pernille ikke tar seg tid til tradisjonelle nyhetsmedier, men til Facebook. Gjennom venners nyhetsdelinger får Pernille med seg nyhetsinformasjon hun kanskje ellers ikke

ville fått. Facebook kan i denne sammenhengen synes å bidra til større opplysning, til tross for at Pernille sier venner har stor innvirkning på innholdet hun lar seg eksponeres av. I tillegg understrekes venners rolle ved hvordan Lise selv inntar en rolle som nyhetsformidler. Pernille gjør likevel en kritisk vurdering av hvordan hun forholder seg til venner som nyhetskilder:

Du har jo dine verdier og alle har en ting de for eksempel brenner for. Ehm, sånn som jeg har en venn som deler veldig mye ting om dyr, og så en annen venn som er mer interessert i politikk, så det, eh, jeg tror det er få som deler alt om alt. Så jeg må jo selv kunne ha en balanse på forskjellig nyheter. Og det er det at for eksempel VG – de tar jo for seg alt som er relevant for samfunnet, mens venner deler noen ting og kan også ignorere veldig mye som er viktig, da.

Pernille

Venner er viktig for Pernilles nyhetslesning som en følge av at hun da retter oppmerksomheten mot saken enn å scrolle forbi. Men hun viser også kritisk refleksjonsevne ved at det kan være mye innhold hun ikke får se på Facebook fordi venner ikke deler alt de kommer over, og at det kan være mye viktig informasjon venner ikke får med seg. Ettersom hun ikke følger noen nyhetsmedier på Facebook som kan gi henne nyheter, uavhengig av hva venner deler, «liker» eller kommenterer på, kan det argumenteres for at hun ikke får et bredt og variert spekter av nyhetssaker. Hennes nyhetskonsument synes å hvile på venners forhandlig med nyhetene, som kan være skadelig i et perspektiv på en informert borger. Likevel kan en *offentlig tilknytning* synes ettersom nyhetene henvendes til «hverdagsverdigheten», gjennom kobling til personlige nettverk (Schrøder, 2016, s.63). Her får Pernille med seg nyheter gjennom en *sosial* tilpasning.

Vi kan se «The Daily Me» fremtre på to ulike måter, nemlig at Lise er mest ute etter nyhetsredaksjonenes nyheter ved å følge disse, men at hun ønsker Facebook skal filtrere ut sakene for henne. Pernille fremstår derimot å rette oppmerksomheten mot nyheten *dersom* en venn har bidratt til å «frame» nyheten for henne på forhånd (Gerth og Siegert, 2012, referert i: Hänggli, 2012, s.301). Nyheter blir omformet av nettverks-offentligheter som Facebook, og kan tenkes å skape et ekstra lag av «framing». Dette gjør at mediebrukerne som ellers ikke kobler seg direkte til nyhetsmedier, likevel får delta i nyhetene gjennom delinger (Hermida, mfl., 2012, s.816-817). Gjennom Facebook synes nyhetene å bli en del av det *sosiale*, hvor opinionslederskap fremdeles spiller en rolle for nyhetskonsument. Men hvorvidt noen opptrer som opinionsledere kan baseres på *sterke og svake bånd*, som vi nå skal ta for oss videre.

5.2.3 Betydningen av *sterke* og *svake* bånd

Valenzuela mfl. (2018, s.120-121) skriver om sosiale tilknytningsstyrker i sosiale medier. De forklarer at *sterke bånd* innebærer nære og kjente som familie og venner. De skriver at innhold fra slike nære relasjoner synliggjøres i større grad av algoritmene på Facebook, i motsetning til *svake bånd*, som folk eller nyhetsmedier man ikke har nære relasjoner til. Jeg vil strekke denne forståelsen av tilknytningsstyrker videre, ettersom informantene mine ikke nødvendigvis kun skiller mellom venner de har et nært forhold til og ikke, men forteller også at fellesinteresser og personens kunnskapsfelt, er avgjørende for en rolle som opinionsleder.

Lise forteller til tross for hennes opplevelser av at venner ikke spiller en rolle for hennes nyhetskonsument, at det likevel finnes unntak hvor hun retter oppmerksomheten mot nyheter fordi en spesifikk venn har delt innholdet. Dette er venner hun vet er aktive nyhetslesere og som hun vet får mye nyheter. Lise sier at dersom disse vennene deler nyheter, er det en sjanse for at hun klikker seg inn fordi det kan gi det hun kaller «bra» nyhetssaker. Her er *sterke tilknytningsbånd* basert på personenes egenskaper og kunnskapsfelt, i tillegg til personens eksponering for nyheter, sentralt for hvorvidt Lise anser personen som en opinionsleder. Ikke nødvendigvis hvorvidt det er en *nær* venn utenfor det digitale nettverket, slik definisjonen opprinnelig lyder. Det kan også tenkes at politisk engasjerte venner gjerne vil dele slike nyheter i større grad (Ørmen, 2016, s.175), hvor vi ser at *hvilken* venn har betydning, ikke kun at venner generelt kan dele saker man eksponeres for.

I dagboken skriver Lars at han fikk med seg nyheten om terrorangrep i Somalia fordi en venn hadde skrevet om saken på Facebook med egne formuleringer og følelser, uten lenke til en nyhetsside. På Facebook kan man få nyheter ved at det sendes videre enten ved å resirkulere selve teksten eller ved å gjenta nyhetene i egne ord – eller gjennom en kombinasjon av disse (Bødker, 2013, s.212). Vi kan dermed også se hvordan venner kan formidle nyheter uten synlig tilkobling til nyhetsmedier. Lars skriver i dagboken at han ikke ønsket å videre sjekke ut saken fordi venninnen opprinnelig er fra området der angrepet skjedde, som gjorde at Lars følte han kunne relatere seg til nyheten. Dette kan kategoriseres som et *sterkt bånd*, fordi det for Lars spiller en rolle hvordan hun har *saksrelevans*, nemlig tilhørighet til saken (Schutz, 1970, referert i: Mathieu og Pavlickova, 2017, s.432). Julie forteller også at *hvilken* venn har betydning:

Hvis det er folk jeg er venn-venn med så vil jeg kanskje lese det nesten fordi de har linket til det og sier hva det er, og på en måte blir det jo litt mer levende og setter ansiktet på nyheten. Fordi da får jeg jo en annen info om at det er viktig for noen på en annen måte, da. Det er noen som har sagt dette er viktig versus at jeg egentlig ikke vet om den infoen jeg får fra Aftenposten som popper opp er viktig, eller hvordan det selekteres liksom. Da er hvert fall dette viktig for noen som er viktig for meg, «er dette innholdet viktig for meg også, da?» Da ser jeg nærmere på det, eller jeg kan føle at «oi dette burde jeg egentlig vite eller burde være engasjert i, fordi noen andre er engasjert i det». Det spørs jo helt hvilken venn det er selvfølgelig, men nå snakker jeg mer om sånn de som jeg faktisk har noe som helst med å gjøre, ikke bare nummer tohundre-og-syttiende venn på Facebook som jeg aldri ser.

Julie

Det Julie forteller her er interessant å sammenligne med et tidligere sitat fra forrige kapittel, nemlig at ettersom hun er interessert i å få med seg nyheter, mener hun at hun må bli vant til å bruke nyhetsmediene direkte og hvilke artikler hun skal klikke seg inn på. Dette sammenlignet med sitatet over er interessant fordi det viser at hun har vansker med å forstå hvilke nyheter hun bør få med seg. Ut fra sitatet over kan vi forstå at venner på Facebook kan spille en avgjørende rolle i å informere henne om hvilke saker hun bør vite noe om, hvor det fremstår som at en nettavis ikke gjør det like tydelig for henne. Hun mener at venner, nærmere bestemt venner som hun kommuniserer med på fritiden, «setter et ansikt på nyheten» som gjør det enklere å vite hva hun bør rette oppmerksomheten mot. Hun mener dette gir et annet perspektiv på nyheten, enn kun redaksjonens fremstilling (Hermida mfl., 2012, s.820-821), som understreker personaliseringen av nyheter. Marie mener også at dersom gode venner deler nyheter, får hun et ekstra blikk på innholdet fordi da er nyheten mer *personlig* og interessant. Vi ser dermed at en måte å skape eller sile ut viktig informasjon er gjennom at venner linker til bestemte nyhetsinnhold (Christensen, 2013, s.240). Til tross for at algoritmene bidrar til venners synlighet rundt nyheter som med alt annet innhold, velger man selv hvorvidt man ønsker å se nærmere på nyheten. Venner driver med en «gatewatching» hvor de deler det de mener er verdt å rette oppmerksomheten mot, blant det som allerede er blitt publisert av nyhetsmediene, kalt «gatekeeping» (Bruns, 2005, referert i: Meikle, 2016, s.77). Venners rolle kan argumenteres som særlig viktig fordi nyheter tradisjonelt ikke tilhører sosiale medier. Informantene synes å behøve en påminnelse fra kjente om hva de bør rette fokuset mot, ettersom nyhetene blandes med annen informasjon. Men vi skal nå se på et sitat fra Lars som viser en annen side av venners delinger:

Jeg har vært veldig selektiv med hvilke venner jeg ønsker å følge. Fordi at det er mange som relaterer seg til tåpelige ting som jeg synes er helt meningsløst for meg å se på. Og blir jeg litt frustrert av å se ting fra en person, da hender det ofte at jeg bare blokkerer dem. For det går jo ut på at det er enkeltpersoner som poster mer enn andre. Men da blir det jo enkeltsaker som politikk, da, eller feministiske innlegg.

Lars

Her ser man hvordan Lars foretar seg en *oppstrømslesning*, hvor han velger å blokkere eller skjule innhold fra enkelte personer i håp om å minimalisere eksponeringen av slik innhold ved en senere anledning (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433-434). Han er selektiv med hvem han ønsker skal gi ham nyhetsinformasjon, hvor særlig personer han blir frustrert over at deler innhold, kan kategoriseres som *svake bånd*, som han ikke ønsker å få informasjon fra (Valenzuela mfl., 2018, s.120-121). Lars bidrar til å forme en personalisert informasjonskanal, tilpasset egne interesser og potensielt politiske standpunkt (Sunstein, 2008, s.95). Marie forteller også at hun har fjernet venner fra nyhetsveggen, fordi de har delt politiske nyhetssaker hun «*ikke hadde noe glede eller poeng av å se*». Dette var derimot *ikke* nære venner. Her igjen ser vi hvordan et forhold mellom *sterke* og *svake bånd* har betydning for personlig filtering av innhold og nyhetseksponering, og kan bidra til at informasjonstilgangen styres av «The Daily Me». Det kan argumenteres for at kun oppmerksomhet rettet mot nyhetsdelinger fra *sterke bånd*, vil være demokratisk svekkende. Dette kan forklares ved det Granovetter (1983, s.209) mener om at *svake bånd* tilbyr informasjon forbi egen sosial omgangskrets. I et demokratisk perspektiv på hvordan sosiale medier kan skape «filterbobler», kan nyhetsdelinger fra venner av *svake bånd* synes nødvendig for å ikke kun eksponeres for det gjenkjennelige, og utfordrer kunnskap forbi egne interesser (Pariser, 2011, s.15).

Vi ser hvordan Facebook kan endre forståelsen av hva som er viktig av informasjon, ettersom venner får en rolle for nyhetsformidling og gjør en seleksjon og distribuering av nyhetene (Hermida, mfl., 2012, s.817). På denne måten kan venners nyhetsformidling både argumenteres for å bidra til å informere andre om nyhetssaker de kanskje ellers ikke ville fått, noe Julie og Pernille understreker. Det kan også tenkes at nyhetsinformasjon kan plasseres som en del av *svake tilknytningsbånd*, som kan forsterkes gjennom venner av *sterke bånd* som deler nyhetene (Valenzuela mfl., 2018, s.120-121). For at nyhetene skal skille seg ut som viktig blant annen informasjon, vil nyhetsdelinger gjennom *sterke bånd* være viktig for informantene i en avgjørelse for hvorvidt innholdet er av personlig interesse. Men venner av *sterke bånd* kan bidra

til å svekke eksponering av venner av *svake bånd*'s nyhetsformidlinger (Valenzuela mfl., 2018, s.120), både fordi informantene retter oppmerksomheten mot *nære* venners delinger i større grad, og i tillegg fordi Facebooks algoritmer bidrar til synlighet av *sterke bånd* (Valenzuela mfl., 2018, s.121). På denne måten kan de risikere å miste tilgang til viktige nyheter som ikke kun er rettet mot deres og nære venners interesser og synspunkt, noe som kan argumenteres for å være svekkende i et demokratisk perspektiv for informasjonstilgang.

Facebook kan kalles en *delingsindustri* (Meikle, 2016, s. 27), og kan argumenteres for å dekke alle formene Fuchs (2017, s.7) anser som *sosialt*, og dermed kombinere disse. Nemlig at delinger er både *informasjon* som skal nå ut til folk, samtidig en *kommunikasjon* dersom man mottar denne informasjonen. Dette kommuniserte innholdet synes viktig eller relevant, hvor man igjen kan synes å *samarbeide* om informasjonsspredning i et *fellesskap* på en felles sosial medieplattform. Vi ser dermed hvordan informantene mener det *sosiale* ved Facebook bidrar til at de får med seg nyheter, hvor nyhetsbruk i dag kan anses som en «delt sosial opplevelse» (Purcell, mfl., 2010, s.2). Nyheter som en offentlig beskjed foregår samtidig med den personlige kommunikasjonen i form av venners synlighet rundt nyheten, og er derfor sentralt for deres nyhetskonsument (Meikle, 2016, s.4). En slik sosial dimensjon er ikke mulig på samme måte gjennom direkte anvendelse av de tradisjonelle mediene. Hvorvidt personaliseringen av nyheter på Facebook er intensjonelt, skal vi nå drøfte videre.

5.3 “Tilfeldig eksponert” – Utilsiktet personalisert nyhetstilgang?

Ut fra funnene presentert over kan det argumenteres for at de som ikke benytter seg av Facebook intensjonelt for nyhetskonsument, likevel blir eksponert for nyheter. Vi kan dermed drøfte om utilisiktet personalisert nyhetskonsument også forekommer. Venners nyhetsdelinger er ikke i seg selv en aktiv og intensjonell form for filtrering, sammenlignet med de som velger å følge nyhetsmedier. Det er intensjonelt hvem de er venner med på Facebook, men ikke hva venner deler. Dermed driver de ikke med egen tilpasning på forhånd, men hvor de istedenfor etter eksponering av venners delinger, *velger* hvorvidt de scroller seg vekk fra nyheten. For de som ikke følger nyhetsmedier på Facebook, kan venner være en sentral filtreringsmekanisme. Dette er til tross for at venner spiller en rolle for de som følger nyhetsmedier også, slik vi har sett det kan gjøre for Lise. Zaller (2003, s.122) beskriver hans nye nyhetsstandard som at redaksjonelle medier bør alarmere om viktige nyheter på en underholdende måte for å vekke

oppmerksomheten til en *overvåkende borger*. I likhet med dette kan venner på Facebook bidra til å “alarmere” informantene mot nyhetene de deler. De som ikke følger nyhetsmedier på Facebook, inntar en *overvåkende* rolle ved å la andre rette deres oppmerksomhet mot nyhetene. Venners delinger bidrar til at nyhetene får personlig relevans, fordi de blir linket mer opp mot deres liv og presentert på en mer underholdende måte (Meijer, 2007, s.99).

Personalisering synes som å ikke kun dreie seg om å være selektiv med hvilket innhold man vil eksponeres for, slik vi har sett at noen informanter filtrerer bort enkelte nyhetssaker, eller personer som deler enkelte nyheter. Men kan også strekkes til at venner kan understreke en personalisert nyhetstilgang på Facebook. Slik vi har sett velger noen informanter å scrolle seg videre fra nyheten nøyaktig som en følge av *hvilken* venn som har delt innholdet. På Facebook er den sosiale dimensjonen dermed avgjørende for deres nyhetskonsument, særlig de som utilsiktet benytter seg av Facebook for nyheter.

Julie forteller som vi har sett i forrige kapittel at selv om hun følger nyhetsmedier, er ikke nyhetslesningen på Facebook intensjonell, men at hun får det når hun er pålogget. Silje derimot følger ikke tradisjonelle nyhetsmedier som TV2 og NRK, men internasjonale kontoer som kan gi nyhetsinformasjon. Dette er *Al Jazeera* som kan gi tradisjonelle nyheter og *Hugo Gloss* som dekker kjendisnyheter. Hun sier likevel at hun ikke synes Facebook er interessant for å se hva venner gjør, men bruker Facebook mest for å lese nyhetssaker, og særlig folks *meninger* rundt nyhetssaker gjennom å bli *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2). Ut fra disse eksemplene kan det allerede tegnes to sider av Facebooks rolle. Enkelte bruker denne plattformen for andre formål enn nyheter, slik vi har sett i forrige kapittel, men at det likevel er her noen får nyhetene sine selv, om de ikke direkte er ute etter det. Andre bruker Facebook som direkte nyhetskilde, hvor de finner publiseringer av nyhetsinnhold og meninger rundt saken interessant, også selv om de ikke følger nyhetsmedier. Av de elleve informantene er det kun fire som ikke følger tradisjonelle nyhetsmediers profiler på Facebook. Disse informantene som både sjeldent benytter seg av tradisjonelle medier for nyheter, og i tillegg ikke følger tradisjonelle nyhetsmedier på sosiale medier er Petter, Pernille, Lars og Marie. De forklarer at de uansett får med seg de største nyhetene på sosiale medier, og opplever dermed å bli tilfeldig eksponert. Her kan venner innta en rolle som opinionsleder, som kan bidra til eksponering av nyheter de kanskje

ellers ikke ville fått med seg. Følgende sitater er interessant fra Petter som *ikke* følger og Lise som *følger* flere nyhetsmedier:

Jeg tror det er en form for trend som kommer nå, da – at du på en måte ikke leser så mye nyheter men holder deg mer til sosiale medier. Det virker ikke som det er så vanlig i min vennegruppe hvert fall å lese nyheter eller se på nyhetene og slik. Jeg tror det bare kommer til å bli mer og mer nyheter innenfor de sosiale mediene, egentlig.

Petter

Jeg tror at de som ikke har en nyhetsinteresse og ikke ville gått inn på de tradisjonelle mediene eller lese nyheter i det hele tatt, de blir nok eksponert for nyheter i større grad enn de ville blitt hvis de ikke hadde vært på for eksempel Facebook. Men så er det bare så mye generelle nyheter jeg synes er interessant før jeg vil ha egne nyheter som passer mine egne interesser, og det tror jeg gjelder alle andre også.

Lise

Disse sitatene kan belyse min problemstilling om hvordan sosiale medier som Facebook, kan fungere som nyhetskilde for de som sjeldent benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier. Petter mener det er en ny trend i samfunnet for særlig unge mediebrukere å ikke forholde seg til andre kanaler for nyhetsinformasjon, enn sosiale medier. Han sier at sosiale medier som er innenfor «apper» på smarttelefonen, er noe han benytter seg ofte av daglig, og mener det dermed er større sannsynlighet for at han får med seg nyheter der i forhold til den ene sjeldne gangen han sjekker *Bergens Tidende*. Han skriver i dagboken en dag at han var svært travel, men benyttet seg av Facebook og Snapchat fordi det for ham er de viktigste mediene. Han kaller en slik bruk av mediene for å være «sosialt», noe som er interessant for hans forhold til nyhetskonsument. Han forteller at «*venners delinger av nyheter er grunnen til at jeg ser nyheter i det hele tatt, at noen har lest det på forhånd og videreformidler det*». Vi ser igjen hvordan det *sosiale* ved Facebook, nemlig mulighet til interaksjoner og oppdateringer på nære og bekjentes liv, er sentralt for unge mediebrukeres tilgang til nyheter. Lise mener sosiale medier kan «snike inn» nyheter og bidra til tilfeldig opplysning for de som ikke kobler seg til tradisjonelle plattformer for nyhetstilgang. Facebook kan spille en instrumentell rolle som et rom hvor folk som ellers ikke oppsøker nyhetene, likevel kan *snuble over* slik innhold (Ørmen, 2016, s.175).

Informantene mener uavhengig av hvorvidt de følger nyhetsmedier, at sosiale medier uansett informerer om de største nyhetssakene. Det kan være verdt å trekke frem hvordan mediedagboken bidro til å kartlegge hvilke nyheter informantene fikk på Facebook, i tillegg til

omfang av nyheter. Til tross for at dagbokstudien varte kun én uke per informant, viser dagbøkene interessante funn som kan kobles til det informantene sier i intervjuene. For eksempel viser dagbøkene at Silje, Erik, Julie og Simen som skrev mediedagbok *samme* uke, at kun to av de fikk med seg terrorangrep i USA, som var i nyhetsbildet den uken. Ettersom alle informantene mener terror er en nyhetshendelse de alle er interessert i, allmennt viktig *og* finner veien til sosiale medier – viser dagbøkene et avvik i denne forbindelse. Silje og Erik skriver ikke nyheten om dette terrorangrepet i dagbøkene, i motsetning til Julie og Simen som fikk med seg nyheten på Facebook. Her kan mitt tidligere argument synes å understrekes ytterligere, nemlig at det å velge å følge tradisjonelle nyhetsmedier på sosiale medier, åpner opp for en større sannsynlighet for å få med seg tradisjonelt politiske nyhetssaker. Dette er fordi Julie og Simen som fikk med seg denne nyheten, følger flere norske nyhetsmedier, noe Silje og Erik ikke gjør. Erik følger kun Dagens Næringsliv som dekker mer nyheter i retning av økonomi og næringslivet, og Silje følger ikke *norske* tradisjonelle nyhetsmedier som gjerne dekker slike hendelser. Det kan dermed argumenteres for at de største og viktigste nyhetene, som de mener er terrorangrep, ikke alltid finner veien til sosiale medier. Her trengs det en *oppstrømslesning* (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433) for at de skal kunne få med seg tradisjonelle nyheter, hvor det vil være større sannsynlighet for at de største sakene i redaksjonelle medier blir filtrert til Facebook.

Perspektivene som *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2) og “nyhetene finner meg” (Toff og Nielsen, 2018, s.8) er dermed ikke nødvendigvis treffende for mine funn i forbindelse med de “store” nyhetene. Nemlig fordi det synes å kreves en viss form for aktivitet og invitasjon for å få nyhetene på sosiale medier. Dette har vi har sett tidligere gjennom å følge sider med slik innhold eller forhandle med nyhetene. Både Silje og Erik forteller i intervjuene at de får med seg tradisjonelle nyheter gjennom venners delinger, selv om dette ikke synes like mye i dagbøkene. Her ser vi igjen hvordan mediedagbok ikke nødvendigvis er helt representativ for informantenes daglige erfaringer med nyhetskonsument i sosiale medier. Likevel viser den at det å bli tilfeldig eksponert for “store” nyheter på sosiale medier, ikke nødvendigvis alltid er tilfellet. Noen av informantene gjør en *nedstrømslesning* (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.434), fordi de ikke følger nyhetsmedier, og påvirker dermed ikke intensjonelt nyhetsstrømmen. Venner kan dermed spille en enda større rolle for nyhetsspredning for de som ikke bevisst eller aktivt benytter seg av Facebook som nyhetsskilde. Her er begrepet *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2)

likevel treffende fordi de kan *snuble over* (Ørmen, 2016, s.174) nyhetene basert på hva venner «gjør med nyhetene».

I forbindelse med at sosiale medier kan gi nyhetsinformasjon til også de som ikke aktivt oppsøker eller benytter seg av sosiale medier for slik tilgang, kan vi nok en gang problematisere Schrøders (2015, s.61) metafor om at man daglig plukker nyhetene og mediene man ønsker i en «handlekurv». Dette perspektivet kan synes både treffende og feilaktig for mine funn. Dette er fordi flere av informantene mine forteller at de ikke gjør bevisste valg for nyhetslesning gjennom Facebook, særlig de som ikke følger nyhetsmedier. De *sjekker* Facebook og dermed *snubler de over* nyhetene (Ørmen, 2016, s.171-174), som ikke kan synes som en bevisst valgt nyhetsmeny. Denne «handlekurven» er ikke treffende for de som blir *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2), gjennom for eksempel venners delinger av nyhetene. Informantene forteller de uansett kommer over nyhetene på Facebook, til tross for at de ikke oppsøker slik informasjon. På denne måten kan Schrøders «handlekurv» anses *tom*, ettersom bruk av sosiale medier kan aktualisere en mindre aktiv utvelgelse for nyhetskonsumenter. Denne «handlekurven» kan argumenteres for å kun gi mening dersom man gjør bevisste valg for nyhetslesning. Likevel gir metaforen flytende forståelse av nyhetskonsumenter, slik forrige kapittel viser at Lise og Sara på forhånd har valgt ut nyhetsmediene de vil eksponeres for på Facebook.

Personalisering kan dreie seg like mye om å få informasjon gjennom et format man opplever som behagelig og håndterlig, som å få informasjon man ønsker eller interesserer seg for. Det at sosiale medier tilbyr ulike informasjonsformer, kan bidra til at man ikke tenker over hvorvidt eller hvordan man leser nyheter. Informantene som ikke benytter seg av Facebook bevisst for nyheter, kan tenkes å ikke korrespondere med Schudsons (2000, s.16) forståelse av å være en *overvåkende borger*. Dette er fordi det å være informert og alarmert nok til å fange opp nyhetene, kan være vanskelig gjennom en «nyhetene finner meg»-tankegang (Toff og Nielsen, 2018, s.8). Likevel kan det argumenteres for at Zallers «innbruddsalarm» kan strekkes fra å være Facebook som vi har drøftet i forrige kapittel, til at venner også alarmerer om nyheter for de som ikke intensjonelt benytter seg av Facebook som nyhetskilde. Informantene synes å drive med en utilsiktet personalisering, fordi venners delinger kombinerer dynamikker som personalisert nyhetstilgang og tilfeldig eksponering. Her får de nyheter filtrert ut av opinionsledere som er sentralt og nødvendig for deres nyhetstilgang (Bergström og Belfrage, 2018, s.583).

Kapittel 6: Oppsummering og konklusjon

Jeg vil først i dette kapittelet gi en kort oppsummering av analysekapitlenes sentrale funn, før jeg tar for meg en konklusjon. Vi har sett på hvordan unge bruker flere sosiale medier daglig, men at alle trekker frem Facebook som den mest sentrale tilgangen til nyhetsinformasjon. På Facebook får de «nyhetsoppdateringer» relatert til egne interesser og venners liv, kombinert med tradisjonelle nyheter. Informantene utvider det tradisjonelle nyhetsbegrepet til at Facebook er en nyhetskanal som inneholder alt av *ny* informasjon relatert til *deres* interesser og behov.

Jeg har presentert to sentrale funksjoner ved Facebook som nyhetskanal for unge mediebrukere som sjeldent benytter seg *direkte* av tradisjonelle medier. Den første funksjonen er det å *følge nyhetsmedier* på Facebook, som åpner opp for intensjonell nyhetstilgang. Informantene opplever at Facebook tilbyr filtrert, oversiktlig og effektiv informasjonstilgang. Det å følge nyhetsmedier bidrar til personalisering av nyhetene gjennom seleksjoner, og fordi nyhetene blandes med annet personlig innhold. Noen av informantene navigerer seg i nyhetsbildet ved å sjekke nyhetsmedienes Facebook-profil, istedenfor å sjekke nyhetsmedienes direkte plattform. Videre er den andre funksjonen ved Facebook som nyhetsmedium *den sosiale dimensjonen*, hvor *venners rolle* som opinionsleder skjer gjennom deling og «liking» av nyheter. Dette bidrar til *tilfeldig eksponering* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2), særlig for de som ikke følger nyhetsmedier og dermed ikke selv har dannet et grunnlag for nyhetstilgang. Men slik får de likevel nyheter.

Facebook tilbyr videreføring av tradisjonell nyhetsbruk, ettersom informantene også her driver med *overvåking* (Schudson, 1998, s.310-311) og *sjekking* (Ørmen, 2016, s.171) av nyhetene. Men vi har også sett at det på Facebook foregår flere *filtreringsformer* for nyhetstilgang, slik som personlige-, algoritmiske- og sosiale nettverksfiltreringer (Thorson og Wells, 2016, s.314). Profesjonell journalistikk kan fortsatt anses som viktig informasjonskilde for offentlig anliggender, men de direkte måtene man tradisjonelt knytter seg til disse kildene kan skje på sosiale medier (Newman, mfl., 2017, referert i: Toff og Nielsen, 2018, s.3). Vi har sett at unge mediebrukere ønsker effektivisering for mindre krevende nyhetstilgang (Larsson, 2017, s.1). Jeg skal nå videre konkludere mine funn fra analysekapitlene, ved å drøfte dette i et demokratisk perspektiv. Deretter vil jeg til slutt peke på veien videre for medieforskning innen dette feltet.

6.1 Konkluderende bemerkninger

For å konkludere mine funn kan det først og fremst trekkes frem at studien har sett at informantene benytter seg sjeldent av tradisjonelle nyhetsmedier *direkte*, men at det ikke nødvendigvis henger sammen med manglende nyhetsinteresse (Woodstock, 2014, s.839). De forteller og viser at de på Facebook både *får* og *ønsker* tilgang til *harde nyheter* (Shah, mfl., 2007, s.681). Dagbøkene viser eksempler på at informantene fikk med seg «store» saker som terrorangrep. Ut fra et perspektiv på fragmentert mediebruk, kan det også fremstå som at flere av informantene opplever at «den felles samtalen» faktisk angår dem, selv om de benytter seg av andre kanaler for politiske nyheter (Gripsrud, 2017, s.28). Dette viser de særlig gjennom å følge nyhetsmedier på Facebook, og vi har drøftet hvordan informantene dermed kan synes å sammenfalle med Schudsons (1998, s.310-311) *overvåkende borger*. Dette er fordi de på Facebook overvåker nyhetsveggen for «store» og viktige nyheter, og viser interesse for nyhetene som et viktig grunnlag for å kunne fange opp informasjonen. Likevel kan Ytre-Arne og Moes (2018, s.238) videreutvikling av begrepet til *sporadisk overvåkende* synes mer treffende for også mine informanter, ettersom de ikke med sikkerhet kan vite at de faktisk får med seg de viktigste samfunnspolitiske nyhetene på Facebook. Her kan mye informasjon forsvinne i mengden av annen informasjon, hvor viktige nyheter risikerer å ikke komme gjennom Facebooks filtreringsmekanismer. Nemlig fordi venner ikke deler alt de kommer over og Facebooks algoritmer styrer innhold man eksponeres for.

Her kan personaliseringen av nyhetene forsterkes gjennom Facebook, ettersom det ikke er en «ren nyhetskanal», og ikke alle nyhetene som fremheves i de redaksjonelle mediene, faktisk gjennomsyrrer informantenes personlige nyhetsvegg. Facebook kan kobles til Negropontes (1995, s.153) beskrivelse av en elektronisk personalisert nyhetsavis kalt «*The Daily Me*». Slik personalisering kan tenkes å aktualiseres gjennom sosiale medier, noe vi har sett ved at informantene forteller at de benytter seg av Facebook for å få filtrert ut innhold de ønsker, og gjerne får med seg nyheter gjennom venners nyhetsdelinger og «liking» av innhold. Slik seleksjon av innhold gjør at de nærmest skreddersyr informasjonstilgangen (Sunstein, 2008, s.99). Medieforskningen kan synes å frykte at man forblir i ekkokamre av eksposisjon for medieinnhold som samsvarer med egne interesser og synspunkt (Enjolras, mfl., 2013, s.131). Sunstein (2008, s.95) mener at det fra et demokratisk ståsted er viktig at mennesker blir

eksponert for materiale de selv ellers ikke ville valgt. De tradisjonelle nyhetsmediene regnes som offentlighetens talerør (Gripsrud, 2017, s.34-35), og spiller en viktig rolle for å demokratisere et samfunn ved å informere om politiske nyhetshendelser (Blekesaune, mfl., 2010, s.122). En sjeldenbruk av slike medier kan dermed begrense muligheter for nyhetstilgang. Informantene finner enklere nyheter på Facebook som gjerne filtreres for dem basert på deres preferanser. Dette kan kobles til det Sunstein (2008, s.96) skriver om en perfekt individuell kontroll, som utfordrer det offentlige rom og svekker muligheten for å støte på viktig materiale. Fra et habermasiansk synspunkt vil en samlet offentlighet være demokratisk styrkende, hvor alle støter på likt omfang av materiale. Men dette kan tenkes å være under press gjennom Facebook (Jensen, 2013, s.192). Her sikres man ikke informasjon man ellers ikke ville valgt, særlig fordi man kan styre informasjonstilgangen gjennom *oppstrømslesning* ut fra personlige interesser (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.433).

Likevel mener noen av informantene mine at det ikke alltid er tilfellet at de kun eksponeres for nyheter de har interesse for eller er enig med. Her kan venners delinger og nyhetsmedier de følger, også informere om nyheter de ikke finner interessant. På denne måten mener de at de likevel har fått med seg nyheten. Dette sammenfaller med Schudsons (1998, s.310-311) *overvåkende borger*, hvor de får med seg nyhetene på et overordnet nivå. Men som vi har sett forteller en informant at han gjerne blokkerer venner som deler feministiske nyheter, og han begrenser dermed slik fremtidig synlighet. Vi ser at informantene har erfaringer med Facebook som nyhetskanal som enkel tilgang til seleksjon og tilpasning av innhold. Selv om personalisering og tanken om «The Daily Me» alltid har eksistert så lenge vi har hatt redaksjonelle medier, og folk alltid har hatt ulike personligheter der visse seksjoner av innhold blir ignorert (Thurman, 2011, s.411), kan man argumentere for at Facebook forsterker dette.

Personaliseringen er imidlertid ikke nødvendigvis så skreddersydd eller skadelig for allmennheten som flere argumenterer. Shah mfl. (2007, s.681) påpeker at man gjennom Internett og sosiale medier, kan fremme offentlig engasjement og motta nyheter raskere. Informantene mine synes å uttrykke at de ikke hadde fått med seg like mye nyheter uten Facebook. Dette er fordi sosiale medier faktisk har en *nytteverdi* i deres daglige mediebruk (Schrøder, 2015, s.61). Det å kunne velge informasjonskanaler er en del av informasjonsfrihet som er viktig for demokratiet, hvor de har rett til å søke og motta den informasjonen de ønsker (Gripsrud, 2017,

s.29). Informantene kunne likevel fått med seg et større omfang av nyheter ved å oftere benytte seg direkte av redaksjonelle medier. De kunne dermed blitt eksponert for informasjon de ellers ikke ville valgt, og begrenset nyhetskonsument basert på deres «daily me» (Sunstein, 2008, s.95). Men ettersom det er Facebook informantene benytter seg av for diverse formål, kan det tenkes å bidra til å omfavne de som sjeldenbrukere i en eksponering av nyheter, hvor de faktisk «befinner seg». Likevel understreker en problematisering av bevisst og ubevisst personalisering, informantenes rolle som nærmere forbrukere og konsumenter, enn borgere. Dette kan ses i sammenheng med hvordan Habermas (1989, s.169) mente pressen gjennom en forbrukerholdning skaffet befolkningen adgang til offentligheten. Denne forståelsen av pressen kan tenkes å strekkes videre til hvordan Facebook tilbyr informantene nyheter i en «behagelig» form tilpasset deres behov og ønsker. Her finner nyhetene veien gjennom sosial kommunikasjon og forfølgelse av interesser. Særlig også ettersom de fremstår å ønske en ubevisst nyhetstilgang, selv om noen aktivt har valgt å åpne opp for slik tilgang ved å følge nyhetsbedrifter.

Informantene gir uttrykk for en blanding mellom bevisste og ubevisste valg for nyhetskonsument. Dette kan argumenteres for å problematisere Schrøders (2015, s.61) metafor om en «handlekurv», som han mener mediebrukere daglig fyller med nyhetsmedier basert på hva som er nytteverdig. På Facebook er ikke denne metaforen like gjeldende, ettersom informantene benytter seg av denne plattformen og ikke nyhetsmedier direkte. Facebook kan istedenfor ses som «handlekurven» de på forhånd har fylt med nyhetsmedier og gjør dermed ikke daglige valg for nyhetslesning. Et sentralt funn i oppgaven er at nyhetslesning som egen aktivitet blir mer diffus. Som vi nettopp har sett har dette praktisk og empirisk betydning for informantene. Det har også betydning for de teoretiske begrepene vi bruker om nyhetspraksiser. Vi har også sett hvordan Ørmens (2016, s.171-174) begreper problematiseres, fordi informantene opplever å *snuble over* nyhetene selv om de også *sjekker* nyhetene basert på valg som å følge nyhetsprofiler på Facebook. Informantene som følger nyhetsmedier på Facebook bruker denne plattformen for nyhetstilgang, men likevel beskriver de det som at «nyhetene finner dem» (Toff og Nielsen, 2018, s.8). Informantene synes å ikke ønske å bevisst skulle sette seg ned for å lese nyheter, men å istedenfor bli *tilfeldig eksponert* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2), til tross for at de selv har bidratt til å åpne opp for nyhetstilgang (Mathieu og Pavlickova, 2017, s.427).

Bruk av sosiale medier kan tenkes å være en hybrid mellom selektiv eksponering og tilfeldig eksponering (Bode, 2016, s.30). Ved å bruke Facebook som både en samlet arena for å dyrke interesser, kommunisere med venner og i tillegg få tradisjonelle nyheter, ser vi hvordan det ønskes at en nyhetsaktivitet glir inn i de hverdagslige aktivitetene. Informantene ønsker nærmest en «passiv» borgerrolle hvor de ikke behøver å oppsøke nyhetene, men nyhetene skal tilpasses deres mediebruk. Måten de forklarer Facebook som et nyhetsmedium med tilgang til alle informasjonsformer, viser hvordan de forholder seg til *ny* informasjon mer enn *nyhets*informasjon, hvor sistnevnte likevel er en del av Facebooks nyhetsmeny.

Informantene trekker seg vekk fra de tradisjonelle nyhetsmediene og hviler på tanken om at Facebook uansett serverer de «store» nyhetene. Det kan argumenteres for at informantene dermed ikke vil være fullt informerte. Likevel forteller noen av informantene at på grunn av Facebook har de *muligheten* til å få med seg nyheter, som de mener er bedre enn å avskjermes totalt fra nyhetsbildet. Dette stemmer ikke overens med Habermas' forståelse av en samlet og felles offentlighet, hvor Facebook som en nettverksoffentlighet (boyd, 2010, s.39), kan utfordre tanken om at alle samles på samme arena for å «sikre» at alle er informerte (Moe, 2009, s.287-288). Likevel har vi sett at Facebook gir tilgang til samfunnspolitiske nyheter som er viktig for offentligheten. Informantene forteller at i en travel studiehverdag og overveldende informasjonsmengder, får de med seg nyheter på Facebook der de allerede «befinner seg».

Habermas mente nyhetsmediene kan gjenskape en form for samlet og felles offentlighet (referert i: Jensen, 2013, s.193), men vi ser at nyhetsmediene også spres til andre arenaer hvor Facebook også blir et nyhetsmedium som samler informasjon. Fra et habermasiansk synspunkt vil manglende tilgang til nyhetene i dens rene form, hvor nyhetene blandes med annen informasjon (Habermas, 1989, s.182), og videre konsumering basert på smak og behag – bidra til at den utvidede offentligheten mister dens politiske karakter (Habermas, 1989, s.169-171). Ut fra denne forståelsen anses ikke Facebook for å styrke demokratiet, ettersom «The Daily Me» enkelt kan nå sitt fulle potensial ved at det private sammenblandes med det offentlige (Habermas, 1989, s.203). Dette kan likevel tenkes å samsvare med Frasers (1990, s.68-69) syn om at det trengs flere offentligheter, fordi folk har ulike forståelser om hva som er av offentlig betydning. Informantene mine får gjennom et annet offentlig rom som Facebook, tilgang til *ny* informasjon og *nyhets*informasjon, hvor de mener denne plattformen er viktig for effektivitet og tilpasning.

Det kan tenkes å være enklere å *overvåke* (Schudson, 1998, s.310-311) og *sjekke* nyheter (Ørmen, 2016, s.172) på Facebook, ettersom det kun er en plattform å forholde seg til, hvor også de tradisjonelle nyhetene skiller seg ytterligere ut blant venners personlige oppdateringer, og dermed fanger oppmerksomheten. Her kan likevel Facebook ses som en samlet arena for offentlig informasjon som Habermas ønsket, hvor *søkbareheten* gir enkel tilgang til nyheter (boyd, 2010, s.46). Facebook kan for de som følger nyhetsmedier, kobles til Zallers (2003, s.110) «innbruddsalarm». Dette er fordi Facebooks algoritmer kan gi «store» nyheter, gjerne som mange har «likt» og delt, som understreker nyhetens allmenne viktighet. Men også basert på at informantene følger nyhetsmedier og utgir interesse for nyhetsinformasjon. Facebook «alarmerer» om nyhetssaker som «trenger gjennom» annet innhold på nyhetsveggen. Venner kan også tenkes å alarmere om nyheter gjennom delinger, som noen av informantene mener blir en sentral nyhetsskilde. Dette gir forståelse av nyhetens offentlige verdighet, men også dens personlige verdi og relevans (Elgesem og Olsen, 2013, s.7). Zallers (2003, s.111) «innbruddsalarms» funksjon om å informere om viktige hendelser, kan likevel svikte dersom Facebook alarmerer om nyheter basert på deres «daily me», som nettopp er det han foreslår at en slik ny nyhetsstandard bør forhindre.

Vi har sett at personalisering av nyhetene er tilstede gjennomgående i analysekapitlene, hvor informantene ønsker et behov for å tilpasse nyhetslesningen til deres egne rutiner, tidsskjema, interesser og allerede aktive bruk av sosiale medier. Ikke minst ettersom de ikke vil bli eksponert for en mengde støy (Sunstein, 2008, s.95) som ikke har relevans for *deres egen livssituasjon* og *interesser*. Informantene viser hvordan de dermed ønsker en *personalisert nyhetskanal*. Det at man forholder seg til det man interesserer seg for er ikke noe nytt, ettersom det alltid har vært «news junkies» og «news avoiders», og noen borgere alltid har vært mer informert enn andre (Elvestad og Phillips, 2018, s.13). Men det kan tenkes å være forsterket gjennom sosiale medier, særlig ettersom det her blandes med annen informasjon som tydelig er rettet mot deg som person – der man har vennelister og følger sider basert på interesser, uavhengig av tradisjonell nyhetsinformasjon. Vi ser dermed at personalisering av nyheter fungerer på Facebook gjennom selektivitet som å følge nyhetsmedier de ønsker oppdateringer fra, men også at venner som de gjerne har fellesinteresser med – er en del av personaliseringen. Dette kan tenkes å knyttes til hvordan Habermas (1989, s.201) mente offentligheten ikke lenger er tilstede, men må skapes

gjennom identifikasjon. Flere informanter forteller hvordan de ser seg selv i deres venner og dermed oppfatter nyheten som viktig og gir personlig relevans.

«The Daily Me» synes gjennom at venner gjør en seleksjon av nyhetene for informantene, hvor de får nyhetene personlig filtrert. Men informantene gjør også seleksjon av hvorvidt nyheten er verdt å rette oppmerksomheten mot, basert på *sterke bånd* (Valenzuela mfl., 2018, s.120). Venner er sentralt for sosiale medier (boyd og Ellison, 2013, s.160), og fungerer som opinionsledere (Katz og Lazarsfeld, 1955, s.31-32) for noen av informantene. Nyhetsdelinger blir en del av en sosial opplevelse (Purcell mfl., 2010, s.2). Her kan særlig de informantene som ikke følger nyhetsmedier på Facebook synes å være avhengig av en «sosial filterboble» – et rom av det gjenkjennelige som venner og interesser (Pariser, 2011, s.15), hvor nyhetene skjer gjennom *tilfeldig eksponering* (Fletcher og Nielsen, 2017, s.2). Informantene opplever å uansett få med seg nyheter på Facebook, men det kan være vanskelig å følge med på de forbigående oppdateringene, som nærmest krever seleksjon (Meikle, 2016, s.75). De hviler dermed på hvorvidt *andre* er selektive og reagerer på nyhetene, for at det skal dukke opp på deres nyhetsvegg og fange deres oppmerksomhet.

For å svare på problemstillingen kan vi se at Facebook fungerer som nyhetskanal for de som sjeldent benytter seg direkte av tradisjonelle nyhetsmedier, ettersom plattformen samler diverse informasjonsformer, og fordi de allerede bruker mye tid på Facebook. I tillegg til at de på denne måten får med seg nyheter i det hele tatt, til tross for at personaliseringen kan fremstå sterkere. Personaliseringen synes likevel som en årsak til at de får med seg nyheter, som dermed også kan diskuteres for å være demokratisk styrkende. Informantene kobler seg til den brede offentligheten gjennom andre kanaler av eget ønske (Fraser, 1990, s.69). Det fremstår som at de opplever en bedre nyhetsformidling på Facebook, enn de tror de ville gjort dersom de rettet seg mot de tradisjonelle plattformene. Dette er fordi Facebooks egenskaper appellerer til deres ønsker og behov i en travel studiehverdag. Her følger de nyhetsmedier på en plattform de allerede benytter seg aktivt av, og venners rolle som opinionsledere gir dem både nyheter og forståelse av hvilke nyheter de bør få med seg. De som ikke følger nyhetsmedier er mer avhengig av at «noe annet» (Facebook) eller «noen andre» (venner) bidrar til at de blir eksponert. Vi har dermed drøftet begge sider ved Facebooks demokratiske rolle som personalisert nyhetstilgang.

6.2 Veien videre

Funnene i denne studien viser hvordan en personalisert tilgang til nyheter på Facebook er sentralt for informantenes nyhetskonsument, eller for deres *mulighet* til nyhetstilgang i en travel studietilværelse. Mine funn viser en forståelse av personalisering og hvor viktig det er for unge mediebrukere. Men studien går ikke i dybden på nøyaktig hva dette innebærer i forbindelse med informantenes politiske engasjement og kunnskap, og hvordan dette kommer til syne gjennom sosiale medier. Jeg har diskutert hvordan seleksjoner basert på interesser kalt «The Daily Me», og at en mulig «filterboble» kan komme til syne i deres forklaringer på Facebook som tilgang til nyheter. Men studien dekker ikke dette i dybden for å kunne diskutere og ta et tydeligere standpunkt. Det kunne dermed vært interessant for videre forskning å undersøke ytterligere hva personalisering gjør med nyhetslesningen og diskutere det i større grad mot en «filterboble» og «ekkokammer», ved å se på hvordan sosiale medier kan gi politiske kunnskap og engasjement.

Etttersom jeg har avgrenset studien til å dreie seg om 18-26 åringer som *sjeldent* bruker en direkte tilgang til tradisjonelle nyhetsmedier, kan det være interessant for videre forskning å omfavne de som er aktive brukere av redaksjonelle medier, og sammenligne det med deres bruk av sosiale medier for slik tilgang. Flere av mine informanter pekte også på Instagram som nyhetskilde og som en kontrast til Facebook i en slik sammenheng. Dette mener de er fordi Instagram tilbyr former for ikke-redaksjonelle nyheter, som vil si beskrevet med egne ord, og gir en forståelse av at noe har hendt i nyhetsbildet, *uten* nyhetsmediers synlighet rundt innholdet. Det kan dermed være interessant å sammenligne Instagram og Facebooks rolle som alternative nyhetskanaler, som jeg planla at min studie skulle rette seg mot, men som jeg valgte å avgrense til Facebook. Det trengs flere studier om hvordan sosiale medier kan opplyse om tradisjonelle nyheter og hvorvidt det kan synes demokratisk styrkende eller begrensende på forståelsen av en informert borgerrolle.

Litteraturliste

Alaszewski, Andy (2011a). "Chapter 1: The Development and Use of Diaries". *Using Diaries for Social Research* (2006) Sage Publications Ltd [Internett] London. DOI: 10.4135/9780857020215

Alaszewski, Andy (2011b): "Chapter 2: Researching Diaries". *Using Diaries for Social Research*. (2006) Sage Publications Ltd [Internett] London. DOI: 10.4135/9780857020215

Alaszewski, Andy (2011c): "Chapter 4: Collecting the Data: Diaries, Guidelines and Support". *Using Diaries for Social Research*. (2006) Sage Publications Ltd [Internett] London. DOI: 10.4135/9780857020215

Aalberg, T., Blekesaune, A. og Elvestad, E. (2013) "Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe?" *The International Journal of Press/Politics* [Internett] 18(3), s. 281-303. Sage Journals. DOI: 10.1177/1940161213485990

Aalen, Ida (2013) *En kort bok om sosiale medier*. 2. utg. Fagbokforlaget

Baym, Nancy K. (2015) *Personal Connections In The Digital Age*. 2. utg. Digital Media and Society Series. Polity Press.

Bennett, W. Lance (2005) *News. The politics of Illusion*. 6. utg. Pearson Education Inc.

Bennett, W. Lance & Manheim, Jarol B. (2006) "The One-Step Flow of Communication". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* [Internett] 608, s. 213-232. Sage Journals. DOI: 10.1177/0002716206292266

Bergström, A. & Belfrage, Maria J. (2018) "News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders". *Digital Journalism* [Internett] Vol.6, No.5, s. 583-598. Taylor & Francis Group, Routledge. DOI: 10.1080/21670811.2018.1423625

Blekesaune, A., Elvestad, E., & Aalberg, T. (2010) "Tuning out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe's Disconnected Citizens". *European Sociological Review* [Internett] 28(1), s. 110– 126. DOI: 10.1093/esr/jcq051

Bode, Leticia (2016) "Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media". *Mass Communication and Society* [Internett] 19 (1), s. 24-48. Taylor & Francis Group, Routledge. DOI: 10.1080/15205436.2015.1045149

boyd, danah (2010) "Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications". Papacharissi, Zizi. red.. *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* [Internett] s. 39-58. ProQuest Ebook Central, Routledge. Tilgjengelig fra: <[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bergen-ebooks/reader.action?docID=574608&query=.](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bergen-ebooks/reader.action?docID=574608&query=)> [Lest: 12.05.18]

boyd, danah & Ellison, Nicole (2013) "Sociality Through Social Network Sites". Dutton, William H. red. *The Oxford Handbook of Internet Studies* [Internett] s. 151-172. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008

Bryman, Alan (2016) *Social Research Methods*. 5. utg. Oxford University Press

Bødker, Henrik (2013) "Kapittel 9: Sociale medier som journalistisk kommentarfilter". Jensen, Jakob Linaa & Tække, Jesper. red. *Facebook. Fra sosialt nettverk til metamedie*. Samfundslitteratur

Choi, Sujin (2015) "The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums". *Social Science Computer Review* [Internett] Vol. 33(6) s. 696-711. Sage Journals. DOI: 10.1177/0894439314556599

Christensen, Lars Holmgaard (2013) "Kapittel 10: Facebook som nyhedskanal: Det sociale nyhedsværdi". Jensen, Jakob Linaa & Tække, Jesper. red. *Facebook. Fra sosialt nettverk til metamedie*. Samfundslitteratur.

Couldry, N., Livingstone, S., & Markham, T. (2007) *Media Consumption and Public Engagement. Beyond the Presumption of Attention*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.

Elgesem, Dag & Olsen, Linda E. (2013) "Ungdoms forhold til nyheter: En studie basert på mediedagbok". *Nordicom-Information* [Internett] 35, 1-2, s. 3-20. Tilgjengelig fra: <http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/elgesem_olsen.pdf> [Lest: 24.05.18]

- Elvestad, E. (2015) “Barn av informasjonsrike medieomgivelser: En studie av norske elever og studenter sitt forhold til nyheter i tradisjonelle og sosiale medier”. *Skriftserien fra Høgskolen i Buskerud og Vestfold nr. 23*. [Internett] Tilgjengelig fra: <<http://hdl.handle.net/11250/2368736>> [Lest: 12.03.18]
- Elvestad, E. og Phillips, A. (2018) *Misunderstanding News Audiences. Seven Myths of the Social Media Era*. Communication and Society, Routledge
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johansen, K. & Wollebæk, D. (2013) *Liker- liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Fletcher, Richard & Nielsen, Rasmus K. (2017) “Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis”. *New Media and Society* [Internett] s. 1-19. Sage publications. DOI: 10.1177/1461444817724170
- Fraser, Nancy (1990) “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy” *Social Text* [Internett] No. 25/26, s. 56-80. Duke University Press. DOI: 10.2307/466240
- Fuchs, Christian (2017) *Social Media. A critical introduction*. 2. utg. Sage Publications.
- Gentikow, Barbara (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. IJForlaget
- Granovetter, M. (1983) “The strength of weak ties: A network theory revisited”. *Sociological Theory*. [Internett] Vol. 1, s.201–233. Wiley. DOI:10.2307/202051
- Gripsrud, Jostein (2011) *Mediekultur, mediesamfunn*. 4. utg. Universitetsforlaget
- Gripsrud, Jostein (2017) *Allmenningen. Historien om norsk offentlighet*. red. Universitetsforlaget.
- Gunter, Barrie (2008) «The psychology of the digital information consumer». Nicholas, David & Rowlands, Ian. red. *Digital Consumers. Reshaping the information profession*. s. 93-112. London: Facet Publishing.

Habermas, Jürgen (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Polity Press.

Hänggli, Regula (2012) “Key Factors in Frame Building: How Strategic Political Actors Shape News Media Coverage”. *American Behavioral Scientist* [Internett] 56(3) s. 300-317. Sage Publications. DOI: 10.1177/0002764211426327

Helgerud, Anders (2017) “Sjeldenkonsumenter av nyheter: Holdning til nyhetsmedier, medborgerskap og forklaringer på sjeldenkonsumenter blant unge voksne”. *Norsk medietidsskrift* [Internett] årgang 24, nr. 2, s. 1-19. Universitetsforlaget. DOI: 10.18261/ISSN.0805-9535-2017-02-04

Hermida, A., Fletcher, F., Korell D og Logan, D. (2012) “Share, like, recommend. Decoding the social media news consumer.” *Journalism Studies* [Internett] Volume 13, Issue 5-6, s. 815-824. Taylor & Francis Online, Routledge. DOI: 10.1080/1461670X.2012.664430

Jensen, Linaa Jakob (2013) “Kapittel 8: Facebook som politisk offentlighet”. Jensen, Jakob Linaa & Tække, Jesper. red. *Facebook. Fra sosialt nettverk til metamedie*. Samfundslitteratur.

Katz, Elihu & Lazarsfeld, Paul F. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: The Free Press.

Larsson, Anders O. (2017) “The News User on Social Media. A Comparative study of interacting with media organizations on Facebook and Instagram”. *Social Media, Journalism Studies* [Internett] s. 1-18. Taylor & Francis Group, Routledge. DOI: 10.1080/1461670X.2017.1332957

Mathieu, D. og Pavlickova, T. (2017) “Cross-media within the Facebook newsfeed: The role of the reader in cross-media uses”. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. [Internett] 23(4), s. 425-438. Sage Publications. DOI: 10.1177/1354856517700383

Meijer, Irene C. (2007) “The paradox of popularity: How young people experience the news”. *Journalism studies* [Internett] 8(1), s. 96–116. DOI: 10.1080/14616700601056874

Meijer, Irene C. & Kormelink, Tim G. (2015) "Checking, sharing, clicking and linking" *Digital Journalism* [Internett] 3:5, 664679, s.664-679. Taylor & Francis Group, Routledge. DOI: 10.1080/21670811.2014.937149

Meikle, Graham (2016) *Social Media. Communication, sharing and visibility*. Taylor & Francis Group, Routledge.

Moe, Hallvard (2009) "Sentrale utfordringer for medieforskningen i dag". *Norsk Medietidsskrift* [Internett] årg. 16, nr. 3. Debatt. s. 284-292. Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen. Tilgjengelig fra: <<https://www.idunn.no/file/pdf/35539947/art03.pdf>> [Lest: 29.05.18]

Negroponte, Nicholas (1995) *Being digital*. Coronet Books, Hodder and Stoughton.

Pariser, Eli (2011) *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: The Penguin Press.

Prior, Markus (2005) "News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout". *American Journal of Political Science* [Internett] 49(3), s. 577-592. Princeton University: Midwest Political Science Association. Tilgjengelig fra: <<https://www.princeton.edu/~mprior/Prior2005.News%20v%20Entertainment.AJPS.pdf>> [Lest: 03.03.17]

Purcell, K., Rainie, L., Mitchell, A., Rosenstiel, T., og Olmstead, K. (2010) "Understanding the Participatory News Consumer: How Internet and Cell Phone Users Have Turned News into a Social Experience in Journalism". *Project for Excellence in Journalism* [Internett] Pet Internet & American Life Project. Tilgjengelig fra: <http://www.journalism.org/files/legacy/Participatory_News_Consumer.pdf> [Lest: 06.04.18]

Sakariassen, H., Hovden, J. F. & Moe, H. (2017) "Bruksmønstre for digitale nyheter". *Reuters institute digital news report, Norge 2017*. [Internett] s.1-38. Bergen: Universitetet i Bergen. Tilgjengelig fra: <https://www.uib.no/sites/w3.uib.no/files/attachments/buksamnstre_for_digitale_nyheter_uib.pdf> [Lest: 23.05.18]

Schrøder, Kim. C. (2015) "News Media Old and New: Fluctuating audiences, news repertoires and locations of consumption". *Journalism Studies* [Internett] 16(1), s. 60-78. DOI: 10.1080/1461670X.2014.890332

Schudson, Michael (1995) *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press.

Schudson, Michael (1998) *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. New York: The Free Press.

Schudson, Michael (2000) "Good citizens and bad history: Today's political ideals in historical perspective. *The Communication Review* [Internett] Vol. 4(1). s. 1-19. Taylor & Francis Social Science and Humanities Library. DOI: 10.1080/10714420009359458

Schwebs, Ture & Østbye, Helge (2013) *Media i samfunnet*. 6.utg. Det Norske Samlaget.

Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Lee, N. J., Scholl, R. M. & McLeod, D. M. (2007) "Campaign ads, online messaging, and participation: Extending the communication mediation model". *Journal of Communication* [Internett] 57(4), s. 676-703. Tilgjengelig fra: <<http://onlinelibrary.wiley.com.pva.uib.no/doi/10.1111/j.1460-2466.2007.00363.x/epdf>> [Lest: 05.03.18]

Strömbäck, Jesper (2005) "In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism". *Journalism Studies* [Internett] 6(3), s. 331-345. DOI: 10.1080/14616700500131950

Sunstein, Cass R. (2008) "Chapter 5: Democracy and the Internet". Hoven, Jeroen Van den og Weckert, John, *Information Technology and Moral Philosophy*. [Internett] Cambridge: University Press. Tilgjengelig fra: <https://books.google.no/books?hl=no&lr=&id=K3ziD9zQrMAC&oi=fnd&pg=PA93&dq=the+daily+me+sunstein&ots=OOwnarncK&sig=DsOt1ihlLiaEcfiErdvsxKSZ9xA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false> [Lest: 06.04.17]

Thorson, Kjerstin & Wells, Chris (2016) "Curated flows: A framework of mapping media exposure in the digital age". *Communication Theory* [Internett] 26(3). International Communication Association. 309-328. DOI: 10.1111/comt.12087 T

Thurman, Neil (2011) “Making ‘The Daily Me’: Technology, economics and habit in the mainstream assimilation of personalized news”. *Journalism* [Internett] 12(4), s. 395-415. Sage Publications. DOI: 10.1177/1464884910388228

Toff, Benjamin & Nielsen, Rasmus K. (2018) “”I Just Google It”: Folk Theories of Distributed Discovery”. *Journal of Communication* [Internett] 00, s. 1-22. Oxford: University Press. DOI: 10.1093/joc/jqy009

Valenzuela, S., Correa, T. & Gil de Zuniga, H. (2018) “Ties, Likes, and Tweets: Using Strong and Weak Ties to Explain Differences in Protest Participation Across Facebook and Twitter Use”. *Political Communication* [Internett] 35(1), s. 117-134. Taylor & Francis Online. DOI: 10.1080/10584609.2017.1334726

Wadbring, Ingela (2016) “Om dem som tar del av nyheter i lägre utsträckning än andra”. *Människorna, medierna & marknaden. Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring* [Internett] SOU 2016:30. Stockholm: Kulturdepartementet. Tilgjengelig fra: <https://www.regeringen.se/contentassets/a54e03720c7b4b9eb3f227e8ca32d72b/manniskorna_medierna_marknaden_SOU_2016_30> [Lest: 20.04.18]

Woodstock, Louise (2014) “The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters.” *Journalism*, [Internett] 15(7), s. 834–849. Sage Publications. DOI: 10.1177/1464884913504260.

Ytre-Arne, Brita & Moe, Hallvard (2018) “Approximately Informed, Occasionally Monitorial? Reconsidering Normative Citizen Ideals”. *The International Journal of Press/Politics* [Internett] Vol. 23(2), s. 227-246. Sage Publications. DOI: 10.1177/1940161218771903

Zaller, John (2003) “A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen”. *Political Communication* [Internett] 20(2), s. 109-130. DOI: 10.1080/10584600390211136

Ørmen, Jacob (2016) «Are You Paying Attention? Keeping Up With News in Daily Life». J. L. Jensen, M, Mortensen, Mette & J. Ørmen. red. *News Across Media: Production, Distribution and Consumption*, s. 162-179. Routledge

Vedlegg 1: Mediedagbok

Informasjonsskriv

Takk for at du tar deg tid til å fylle ut dagboken. Jeg er interessert i din mediebruk, hvordan *du* får tilgang til nyheter gjennom de sosiale mediene du bruker (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, blogg, etc.). Men dersom du noen dager benytter deg direkte av tradisjonelle medier for nyheter (nettavis, papiravis, fjernsyn, radio), skriv gjerne ned det også og hvorfor. Jeg blir glad for både korte og lange svar. Ved spørsmål, ikke nøl med å kontakte meg (Kristina) på tlf. 47 39 93 27 eller epost kla012@student.uib.no.

Instrukser for hvordan du skal fylle ut din dagbok denne uken:

- Du skal skrive dagbok i **en uke** (f.eks man-søn) og svare på de *samme* spørsmålene **hver kveld**. Hvis du ikke kan skrive en kveld, kan du gjøre det morgenen etter.
- Bruk **PC/nettbrett** for å svare på spørsmålene i et eget dokument. På toppen av hvert dokument fyller du ut **hvilken dag det er, dato** og **deltakernummeret ditt som er tallet ***.
- Dokumentet ditt sendes som vedlegg til meg hver kveld på epostadressen kla012@student.uib.no.
- I dagboken vil jeg du skal skrive **nyhetsinformasjon** du har sett i **sosiale medier** den gjeldende dagen. Skriv gjerne alle typer nyheter du har sett, uansett sjanger og form. Skriv nyhetsinformasjon du både har sett men valgt å scrolle forbi, og nyhetsinformasjon du la ekstra merke til og leste.
- Her er **eksempler** på hva slik nyhetsinformasjon *kan være* i **sosiale medier**:
1) *Lenke av nyhetssak fra TV2 på Facebook*, 2) *Instagrambilde med tekst som «Pray for Las Vegas»*, 3) *Blogginlegg med meninger/tanker rundt noe nyhetsrelatert*, 4) *En venns statusoppdatering om eller deling av en nyhetssak på Facebook*, 5) *VG på Snapchat*, etc.
- Et **tips** er å bruke smarttelefonen (eller PC/nettbrett) til å ta **skjerm bilde** av nyheter du søker etter eller kommer over i *sosiale medier*, ettersom det kan gjøre det enklere for deg å svare på spørsmålene om kvelden for den gjeldende dagen.
- Dersom du svarer «nei» på noen spørsmål som en følge av *mangel på nyheter* i sosiale medier, si gjerne noe kort om hva slags informasjon du fikk istedenfor i de sosiale mediene du brukte.
- Du trenger ikke bekymre deg for stavefeil eller grammatikk, det som er viktig er at du skriver så **utfyllende** og **ærlig** du kan. Her finnes det *ingen* fasitsvar.

Dagboken

Her er spørsmålene du skal svare på hver kveld i en uke relatert til nyheter i sosiale medier:

1. Skriv kort om hva du generelt har gjort idag.
(Ikke mediebruken din)
2. Skriv **hvilke sosiale medier** du har brukt idag, omtrent hvor mye **tid** du brukte på disse mediene og **hvorfor** du brukte disse mediene.
3. Har du selv **aktivt søkt etter** nyhetsinformasjon og/eller **kom du over** nyhetsinformasjon i *sosiale medier* idag?
(Skriv gjerne hvorfor eller hvorfor du ikke søkte selv, og/eller hvordan du ble eksponert for informasjonen)
4. Fortell om nyhetsinformasjonen du har sett i *sosiale medier* idag: Hva dreiet nyheten seg om og fra hvilken kanal/konto/medium fikk du informasjonen?
(F.eks: Ved bruk av smarttelefon på bussen så jeg at en venn hadde publisert et bilde på Instagram med teksten «Pray for Las Vegas» som ga meg informasjon om skytemassakren)
5. Skriv litt om **dine tanker** og **opplevelser** rundt nyhetsinformasjonen du så i *sosiale medier* i dag, og om informasjonen vekket din **personlige interesse**.
(Gjerne si noe om nyheten ga deg kunnskap, om nyheten var troverdig, hvorfor nyheten var interessant eller ikke, om *det sosiale mediet* hadde en betydning for at du leste nyheten og ikke «scrollet» forbi, etc.)

Vedlegg 2: Intervjuguide

*Informantnummer: **

*Dato: **/**/17*

Bakgrunnsinformasjon

I dette intervjuet vil jeg gå litt mer i dybden på temaet og i tillegg stille deg spørsmål rundt det du har skrevet i dagboken. Først vil jeg gjerne vite litt om deg og bakgrunnen din, i tilfelle det kan være interessant å se om det er likheter eller forskjeller mellom deg og de andre jeg intervjuer.

1. Hvor gammel er du?
2. Studerer du eller har du noen utdanning?
3. Jobber du eller har du jobbet?
4. Er det noe spesielt du bruker mye tid på i hverdagen, en hobby f.eks?

Nyheter og tradisjonelle medier:

Jeg vil undersøke ditt forhold til nyheter og sosiale medier, og sammenhengen mellom disse. Noen av spørsmålene jeg skal stille deg kan kanskje være vanskelige å svare på, men husk at det ikke er noe som er rett eller galt. Det er hva du tenker, mener og føler som er viktig for meg. Jeg vil gjerne at vi nå snakker litt om ditt forhold til nyheter og også tradisjonelle nyhetsmedier som inkluderer nettaviser, papiraviser, fjernsyn, radio osv, før vi går videre mot sosiale medier.

5. Hvordan vil du forklare hva nyheter er, og hva tenker du ikke er nyheter?
6. Hvorfor benytter du deg i liten grad eller sjeldent direkte av tradisjonelle nyhetsmedier?
 - Er du ikke interessert i nyheter fra tradisjonelle nyhetsmedier?
 - Føler du det er for mye nyhetsinformasjon å forholde seg til?
 - Synes du det kan være vanskelig å forstå innholdet i slike nyhetsmedier?
7. Har du tillit/troverdighet til tradisjonelle nyhetsmedier?
8. Vil du si du har en nyhetsinteresse eller en mangel på nyhetsinteresse?
9. Mener du selv at nyhetslesningen din er for liten?
10. Mener du det er viktig å lese nyheter? Føler du det er en forventning i samfunnet at man skal lese nyheter, være oppdatert og opplyst?

11. Føler du deg lik de i din omgangskrets når det kommer til sjelden nyhetslesning direkte fra tradisjonelle nyhetsmedier?

12. Er du interessert i politikk?

Generell bruk av sosiale medier:

13. [*Spørsmål relatert til de sosiale mediene informanten skrev i dagboken*] Hvorfor bruker du akkurat disse sosiale mediene og hvorfor bruker du sosiale medier generelt?

14. I hvilke situasjoner får du med deg nyheter i sosiale medier vanligvis? [*Med et eksempel fra dagboken på hvor/når informanten så nyheter*]

15. [*Spør om andre sosiale medier som informanten ikke har skrevet i dagboken*] Leser du blogger og bruker du Twitter? Opplever du at de kan gi deg nyhetsinformasjon?

16. Hvilken rolle mener du sosiale medier spiller i samfunnet?

17. Er det gjennom smarttelefonen du oftest bruker sosiale medier? Hvorfor mobilen og hvilken rolle føler du at smarttelefonen spiller i din hverdag?

Sosiale mediers rolle som «nyhetskanaler»:

18. Ser du ofte nyheter i sosiale medier vanligvis?

19. Har du tillit til nyheter du ser i sosiale medier? Har du mer tillit til nyheter i sosiale medier enn tradisjonelle nyhetsmedier?

20. [*Spørsmål relatert til hvorvidt informanten har skrevet i dagboken om å oppsøke nyhetene eller bli tilfeldig eksponert*] Eksempel: Du skriver at du ikke søker etter nyhetsinformasjon selv med mindre det er noe du har hørt om og du vil vite mer om. Kan du utdype litt videre om hvorfor du ikke oppsøker nyhetsinformasjon selv?

21. Følger du noen nyhetskanaler/nyhetssider/kontoer som kan gi nyhetsinformasjon på sosiale medier? Hvorfor?

- Hvorfor [*eksempel på nyhetsmedie fra dagbok*] TV2 på Facebook enn å søke opp nettavisen til TV2?

- Føler du at du får et nyansert blikk over nyhetsbildet gjennom sosiale medier?

22. Hva føler du rundt å få nyheter presentert for deg i sosiale medier som du ikke søker etter selv, når du vanligvis i liten grad benytter deg direkte av tradisjonelle nyhetsmedier?

23. Føler du at du selv velger og styrer hva du vil se av nyhetsinformasjon i sosiale medier?

24. Er det noe ved sosiale medier som kan være mer attraktivt og fungerende for deg som informasjonskilde enn direkte fra tradisjonelle nyhetsmedier?
25. Sosiale medier er ikke de «typiske» eller tradisjonelle plattformene å få nyheter fra. Hva tenker du rundt at «offentlig informasjon» som nyheter blandes sammen med det personlige/private i sosiale medier?
26. Hva tenker du er negativt med sosiale medier som informasjonskanal for nyheter?
27. Hva er dine kriterier for å ikke scrolle forbi nyhetsinformasjon men å lese det? [*Eksempel fra en individuell dagbok*]: Du skriver at bruk av ord som *terror* i overskrift fanger oppmerksomheten din da det er noe som kan ramme oss alle. Kan du fortelle mer om dette?
28. Hvilke nyheter opplever du å få i sosiale medier generelt?
 - Får du nyheter av samfunnsrelatert karakter som politiske beslutninger, kriser, katastrofer, terror osv, og underholdning som kjendis, sport, etc.? Får du mest lokale nyheter?
29. Hvilke nyheter er du interessert i?
30. Føler du at du får vite det du trenger eller bør vite noe om av nyhetsinformasjon fordi du bruker sosiale medier? Føler du deg oppdatert? Tenker du at man *må* være opplyst?
31. Tenker du at sosiale medier i større grad enn for eksempel nettaviser eller TV-nyheter kan gi nyheter du interesserer deg for? Hva tenker du om det?
32. Hva gjør du med nyhetene du får gjennom sosiale medier, hender det at du trykker «like», kommenterer eller deler du saken videre?
33. Synes du det er noe ved sosiale mediers *form* generelt som føles effektiv, bedre eller interessant måte å få nyhetsinformasjon på siden du får nyhetene dine her?
34. Opplever du å være enig med eller interessere deg for nyhetsinformasjon i sosiale medier?
35. Føler du at du kan få nyhetsinformasjon som er *ulikt* fra dine interesser og synspunkt gjennom sosiale medier? Hva synes du om det? Leser du det?
36. Hadde du brukt vanlige nyhetsmedier i større grad hadde det ikke vært for sosiale medier?

****Følgende spørsmål er snevret inn mot de sosiale mediene hver enkelt informant trakk frem i dagboken. Noen informanter fikk tilleggsspørsmål knyttet til interessante dagbokfunn****

37. I dagboken skriver du flest eksempler på nyheter fra Facebook. Er det slike nyheter du opplever å vanligvis få?

38. Du skriver i dagboken at du får noe nyheter fra [*andre sosiale medier*] også, hvordan skjer dette? Følger du kontoer her også? Hvilke?
39. Hvorfor følger du [*konto henvist til fra dagbok*] (eksempel: Reuters på Instagram og VG på Facebook.) Får du mye nyheter herfra og hva slags nyheter? Hvordan ser nyhetene ut herfra? Mener du det er effektivt?
40. Hvordan vil du si forskjellen er på nyhetsinformasjon fra disse sosiale mediene [*de sosiale mediene informanten skrev i dagboken*] (F.eks Facebook kontra Instagram) Og hvilken plattform opplever du som mest effektiv måte å få nyhetsinformasjon på av de sosiale mediene? Hvorfor?
41. Du skriver flere dager at du fikk nyheter på Facebook relatert til [*eksempel fra dagbok*] (F.eks fedrekvoten i foreldrepermisjon). Hva tenker du om at du fikk videreinformasjon om samme tema/sak flere dager denne uken?
- Er slike «nyhetsfortellinger» noe du ofte opplever i sosiale medier, og er det mer typisk for sosiale medier enn tradisjonelle nyhetsmedier?

«Venner» som nyhetskilde:

42. Har du valgt å følge/bli venn med personer/kontoer på sosiale medier som du vet kan gi deg nyhetsinformasjon?
43. Opplever du at venner kan være din nyhetskilde? Hvordan, og hva føler du om det?
44. [*Dagbok-eksempel på venners delinger*] Vekket det din interesse? Hvorfor/hvorfor ikke?
45. Opplever du at venner kan skrive statusoppdateringer eller publisere egen informasjon rundt noe nyhetsrelatert?
46. Har du mer tillit til nyhetsinformasjon fra venner eller profiler du følger på sosiale medier, enn nyheter fra tradisjonelle medier?
47. Opplever du at nyheter som venner deler, liker eller kommenterer på er av din interesse?

Jeg har ingen flere spørsmål. Har du noe du vil ta opp, legge til eller spørre om før vi avslutter? Du må bare ta kontakt med meg dersom det er noe du lurer på.

Tusen takk for din tid og din hjelp!

Vedlegg 3: Samtykke

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjekt

Studie av unge mediebrukeres forhold til sosiale medier som «nyhetskanaler»

Bakgrunn og formål

Formålet med studien er å undersøke hvordan unge mediebrukere mellom 18-26 år som sjeldent benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier, forholder seg til nyhetsinformasjon i sosiale medier. Det skal ses på hvordan nyheter tar form og fungerer i personaliserte medier. Studien er tilknyttet en masteroppgave ved Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitetet i Bergen.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Studien er basert på at omtrent 10 informanter skriver en mediedagbok der de svarer på samme spørsmål hver kveld i en uke. Deretter skal de samme informantene bli intervjuet enkeltvis for å komme dypere inn på temaet. Dybdeintervjuet vil vare i omtrent 1 time og bli tatt opp på to forskjellige opptaksapparater. Spørsmålene som blir stilt i dagboken og i dybdeintervju vil forsøke å få svar på informantenes erfaringer og forhold til sosiale medier som «nyhetskanaler».

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det er kun forskeren som vil ha tilgang til personopplysninger underveis i prosjektet. Navneliste/koblingsliste blir lagret adskilt fra øvrige data, der materialet ikke vil inkludere ekte navn, verken i dokumentet eller i filnavn, etc. Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjonen. Prosjektet skal etter planen avsluttes 30.06.2018. Personopplysninger og opptak anonymiseres.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien og du kan når som helst trekke ditt samtykke dersom du ønsker. Dersom du har spørsmål om studien, ta kontakt med Kristina Tystad Larsen på tlf. 47 39 93 27 eller e-post: kla012@student.uib.no.

Veileder for dette masterprosjektet er førsteamanuensis Brita Ytre-Arne ved Institutt for informasjons- og medievitenskap, Universitetet i Bergen. E-post: Brita.Ytre-Arne@uib.no

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD – Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Informantnummer (fylles ut av forskeren): _____

Vedlegg 4: NSD-godkjenning

Brita Ytre-Arne
Fosswinckelsgate 6
5007 BERGEN



Vår dato: 16.10.2017

Vår ref: 55961 / 3 / AGL

Deres dato:

Deres ref:

Tilrådning fra NSD Personvernombudet for forskning § 7-27

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 15.09.2017 for prosjektet:

55961	Studie av unge mediebrukeres forhold til nyhetsinformasjon gjennom ikketyipiske nyhetsmedier i den digitale æra
Behandlingsansvarlig	Universitetet i Bergen, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Brita Ytre-Arne
Student	Kristina Tystad Larsen

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er unntatt konsesjonsplikt og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringsskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 30.06.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Vennlig hilsen

Marianne Høgetveit Myhren

Audun Løvlie