

# Den föränderliga nyhetskonsumtionen och Cyperns ekonomiska kris



LUNDS UNIVERSITET

Kandidatuppsats i Europastudier  
27 maj 2013  
Författare: Filip Lyrheden  
Handledare: Anamaria Dutceac Segesten

# Innehållsförteckning

<b>1. Sammanfattning</b>	<b>4</b>
<i>1.1 Nyckelord</i>	4
<b>2. Introduktion</b>	<b>5</b>
<i>2.1 Uppsatsens disposition</i>	5
<i>2.2 Historik kring nyhetskonsumtion</i>	5
<i>2.3 Bakgrund</i>	7
<i>2.4 Frågeställningar</i>	9
<b>3. Teori</b>	<b>10</b>
<i>3.1 Forskningsdesign</i>	10
<i>3.2 Transformation inom mediekonsumtionen</i>	10
<i>3.3 Mediernas påverkan på EU-frågor</i>	11
<i>3.4 Tidigare forskning</i>	15
<b>4. Metod</b>	<b>16</b>
<i>4.2 Verkyget</i>	17
<i>4.3 Enkätfrågorna</i>	18
<b>5. Resultat</b>	<b>22</b>
<i>5.1 Den totala populationen</i>	23
<i>5.2 Grundkursen i Engelska</i>	31
<i>5.3 Kandidatprogrammet i Journalistik</i>	38
<b>6. Analys</b>	<b>44</b>
<i>6.1 Den totala populationen</i>	44
<i>6.2 Nyhetskonsumtion</i>	44
<i>6.3 Cypernkrisen</i>	49
<i>6.4 Jämförelse: Grundkursen i Engelska &amp; Kandidatprogrammet i Journalistik</i>	53
<b>7. Slutsatser</b>	<b>55</b>

<i>7.1 Diskussion kring forskningens giltighet</i>	56
<i>7.2 Förslag på vidare forskning</i>	56
<b>8. Källförteckning</b>	<b>57</b>

# 1. Sammanfattning

Uppsatsen bygger på en egenkonstruerad enkätundersökning som har utförts på studenter från tre olika universitetsutbildningar. Med hjälp av den insamlade datan från enkätsvaren försöker uppsatsen besvara frågeställningarna om hur medvetna studenterna i undersökningen anser sig var om vem som har producerat nyheterna de vardagligen konsumerar och i vilken utsträckning detta påverkar studenternas egna uppfattning om den ekonomiska krisen på Cypern, med bakgrund i medierapporteringen kring denna pågående kris. Resultatet av enkäten undersöks utifrån tesen att den växande nyhetskonsumtionen genom sociala medier och tekniska lösningar i stil med RSS-läsare gör det svårare att tydligt avgöra vilken källa som ligger har producerat den aktuella texten. Studien tacklar den här problematiken genom att analysera svaren på frågor om studenternas vardagliga nyhetskonsumtionsmönster, jämföra detta med respondenternas uppfattning om den egna medvetenheten kring nyheternas ursprungskällor och sedan sätta detta i relation till de undersökta uppfattningarna om medierapporteringen kring cypernkrisen, samt uppfattningarna om mediernas ton i skildringen av krisen.

## 1.1 Nyckelord

*#Nyhetskonsumtion #Cypernkrisen #Enkätundersökning #Sociala medier #EU*

## 2. Introduktion

Traditionellt har nyhetskonsumtion bestått av små isolerade stunder i varje persons dag. Morgontidningen vid frukosten, Lunch-ekot på radion, tv-nyheterna på kvällen. Idag ser situationen väldigt ofta annorlunda ut. Kanske en snabb koll på Twitterflödet på morgonen samtidigt som väckarklockan ljuder, sedan ett par vändor under dagen bland nyhets-apparna på surfplattan. Det här är bara ett exempel på många nya sorters beteenden. Hur påverkar den här förändringen, denna plötsliga frihet i nyhetsflödet oss människor? Kan vi, i flodvågen av intryck och avsändare, fortfarande bibehålla en medvetenhet om vem som egentligen har skrivit orden som når oss via både tidningspapper och retina-skärmar? I den här studien luskar vi i dessa frågor genom att undersöka den moderna nyhetskonsumtionen mot en fond som utgörs av rapporteringen kring den ekonomiska kris som i skrivande stund pågår på Cypern.

### 2.1 Uppsatsens disposition

Uppsatsen inleds med ett introduktionsavsnitt som förser läsaren med en historik kring nyhetskonsumtionen som fenomen, som kan vara relevant för läsaren när nämnda fenomen sedan diskuteras på en mer avancerad nivå. Introduktionen innehåller även en bakgrund till det undersökta problemet som motiverar varför just detta är intressant att undersöka. Introduktionen avslutas med att de frågeställningar som uppsatsen ska försöka svara på introduceras. Nästa avsnitt syftar till att lägga en teoretisk grund till studien och tar upp transformationen från det tidigare medieklimatet till dagens nya medievärld och på det följer en genomgång av hur medier brukar hantera EU-frågor och vilken påverkan medierna har kring opinionsbildning kring dessa frågor. Teoriavsnittet avslutas med att tidigare forskning på området sammanfattas kort. I metodavsnittet beskrivs arbetet bakom enkäten som ligger till grund för studien, populationsurvalet motiveras på ett kritiskt sätt och den bakomliggande vetenskapsdesignen finns beskriven. I resultatavsnittet presenteras enkätsvaren som utgör kärnan i undersökningen tillsammans med frågorna och ett antal grafer och diagram. Resultatredovisningen följs av analysen som går igenom enkätsvaren successivt och använder dessa till att försöka besvara frågeställningarna. Uppsatsen sammanfattas slutligen under rubriken slutsatser som utgör uppsatsen sista avsnitt.

### 2.2 Historik kring nyhetskonsumtion

Det verkar ligga i människans natur att intressera sig för vad som händer runt omkring henne, dvs. intressera sig för nyheter. Långt innan det skrivna ordet uppkomst existerade det system för att snabbt och effektivt sprida nyheter i samhället. Européer som på 1800-talet bodde bland Zulufolket

i Afrika vittnar om ett urgamla system för att sprida nyheter. Grannarna i Zulusamhället behövde inte meddelas om en individ i samhället hade avlidit, eftersom de på avstånd fick höra det högljudda sorgearbetet.<sup>1</sup> En annan aspekt av den tidiga nyhetsspridningen var marknaden, en plats som primärt var till för att byta varor och tjänster med varandra, men även blev viktig för att på muntlig väg sprida nyheter. En tradition som fortsatte vara betydelsefull vid Forum Romanum i metropolen Rom, under romarrikets storhetstid.<sup>2</sup> Den muntliga nyhetsspridningen levde kvar och var betydelsefull i många århundraden, t.ex. i form av s.k. ”coffeehouses” där man diskuterade nyheter i 1600- och 1700-talets England, för att därefter allt mer förlora sin betydelse till förmån för tryckta nyheter.<sup>3</sup>

Tryckta nyheter existerade visserligen långt innan tidningarnas genombrott. När nyheter i det vidsträckta romarriket behövde färdas långväga och i flera led, nedtecknades de för att undvika missförstånd och feltolkningar.<sup>4</sup> Under 1400-talet började Europas härskare i större utsträckning sprida skrivna nyheter om ”särskilda händelser” som allt som oftast berörde ledarnas egna triumfer. Ett tydligt exempel var när kung Edward IV publicerade ett nyhetsbrev på både engelska och franska som berättade om hans lyckade försök att återta tronen.<sup>5</sup>

Det historiker tror kan vara den första riktiga nyhetstidningen är tyska ”nyhetsböcker” från 1609. Dessa var de äldsta exemplar som anses uppfylla de kriterier som finns för att kallas nyhetstidning. Däribland måste tidningen ha publicerats frekvent och regelbundet (minst veckovis), den måste ha en variation av olika sorters artiklar och ”stories” och måste även ha en genomgående och konsekvent titel och format.<sup>6</sup> Även om nyhetstidningar alltså har existerat under en längre tid dröjde det betydligt längre innan den fria pressen som vi i den demokratiska världen känner den idag blev en naturlig del av publicistvärlden. Den fria pressens utveckling har skiftat från stat till stat, men förenklat kan man säga att en tidig variant av fri press började förekomma på 1600-talet i

---

<sup>1</sup> Mitchell Stephens, *A History of News* (Harcourt Brace & Company, 1997) sid. 17

<sup>2</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 18, 31

<sup>3</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 32-36

<sup>4</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 53

<sup>5</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 62-63

<sup>6</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 135

västvärlden, men det dröjde till slutet av 1800-talet innan pressfrihet av modernt snitt etablerades.<sup>7</sup> De första tidningarna i de amerikanska kolonierna var t.ex. starkt politiskt styrda och publicerade bla. transkriberade tal från utvalda politiker helt utan kommentarer eller analyser.<sup>8</sup>

En av 1800-talets stora innovationer inom kommunikationsteknologi var telegrafan, som ibland kan kännas en aning förbisedd när medietekniska landvinningar diskuteras. Telegrafan och i synnerhet den transatlantiska telegraflinjen betydde att information och nyheter kunde förmedlas nästan omedelbart över långa avstånd. Många entusiaster välkomnade den nya tekniken och ansåg att den skulle frigöra människor från geografiska avstånd och motverka gamla fördomar. Men det fanns även en stor skara skeptiker som menade att det snarare kunde leda till lathet och isolation bland människorna.<sup>9</sup> Man kan här enkelt dra paralleller till teknisk utveckling inom nyhetsmediet. För varje innovation tycks det alltid finnas en högljudd skara entusiaster och en minst lika högljudd skara skeptiker. Som ett avslutande exempel bland dessa hastiga nedslag i nyhetskonsumtionens historik är det värt att nämna radion, som i sin rapportering introducerade korta, koncisa och enkla meningar.<sup>10</sup> Detta blev därefter normen för hur nyheter ska förmedlas, kanske nu mer än tidigare i dagens blixtsnabba nyhetsflöde.

### 2.3 Bakgrund

Den historiska utvecklingen inom nyhetskonsumtionen visar oss att det har skett rituella förändringar i hur människor konsumerar nyheter, såväl som teknologiska förändringar. Om man tar båda dessa former av utveckling i åtanke samtidigt finner man att människor i kraftigt ökande utsträckning inte tillskansar sig nyheterna direkt från den ursprungliga nyhetsproducentens källa, dvs. man läser inte längre nödvändigtvis en nyhet producerad av *Dagens Nyheter* direkt genom någon av tidningens egna kanaler (pappersupplaga, webbupplaga, applikationer). Enligt en studie om nyhetskonsumtionstrender utförd av *Pew Research Center for the People & The Press* (hädanefter refererat till som *Pew*) har sociala medier som *Facebook* och *Twitter* gått om tidningar och ligger på ungefär samma nivå som TV, när det kommer till nyhetskonsumtion hos amerikaner

---

<sup>7</sup> "Media law: History of the free press", Journalism Ethics for the global citizen (Hämtad 19 april, 2013) [http://www.journalismethics.info/media\\_law/history\\_of\\_free\\_press.htm](http://www.journalismethics.info/media_law/history_of_free_press.htm)

<sup>8</sup> Kevin G. Banhurst, John Nerone. *The Form of News*, (The Guilford Press, 2001), sid. 32-24

<sup>9</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 268

<sup>10</sup> Stephens, *A History of News*, sid. 272

under 30 år gamla.<sup>11</sup> Det sker en kraftig ökning andelen nyheter som sprids via sociala medier. Av de tillfrågade i rapporten från *Pew* ser man en fördubbling från 19% till 36% av de som säger sig ha sett nyheter på sociala medier under gårdagen.<sup>12</sup> Ökningen sker heller inte enbart bland unga människor, folk i trettioårs-åldern var nästan lika troliga att stöta på nyheter eller nyhetsrubriker på sociala medier (skillnaden var 30% i relief till den yngre årsgruppens 34%). Bland folk i fyrtioårs-åldern var siffran 23%, vilket även det får anses var en betydande andel.<sup>13</sup>

Nyhetskonsumenten kan även använda sig av tjänster eller program som kurerar nyheter utifrån ett stort antal källor eller så kan konsumenten t.ex. genom en RSS-läsare följa ett stort antal RSS-flöden och därmed kunna konsumera nyheter från många olika källor på ett och samma utrymme.<sup>14</sup>

En effekt av att läsa nyheter med hjälp av en RSS-läsare är att all information som bedöms överflödig för läsandet, dvs. allt utom texten i många fall, skalas bort av tekniken. Läsaren "förskonas" med andra ord från distraktioner i form av t.ex. *BBCs* logotyp eller textförfattarens bildbyline. Effekten blir liknande med nyheter som delas via sociala medier. Om man klickar på en länk i *Twitters* iPhone-applikation öppnas den länkade sidan så att man direkt kommer åt att läsa texten utan att behöva navigera på ursprungskällans hemsida.

---

<sup>11</sup> "In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012", Pew Research Center for the People & the Press (Hämtad 10 april 2013) <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>

<sup>12</sup> "In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012"

<sup>13</sup> "In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012"

<sup>14</sup> "What Is RSS? RSS Explained" (Hämtad 4 april 2013) <http://www.whatissrss.com>



## 2.4 Frågeställningar

Det är till stor del den utveckling som beskrivs i föregående bakgrundsavsnitt som ligger till grund för vad jag vill undersöka i uppsatsen, att spår av ursprungskällan och dess kännetecken i många fall filtreras bort i modern nyhetskonsumtion. Detta gör det intressant att undersöka i hur stor utsträckning unga svenska nyhetskonsumenter upplever att deras medvetenhet om ursprungskällan påverkas av en eventuell ”avskalning” av nämnda ursprungskällas identifierbara drag. Om man därifrån tar avstamp i tesen att medvetenheten om nyhetens ursprung stadigt minskar, kan det te sig intressant applicera den situationen på ett aktuellt fall av nyhetsrapportering. I den här uppsatsen blir det aktuella exemplet nyhetsrapporteringen kring Cyperns ekonomiska kris.

I uppsatsen kommer jag därför fokusera på två frågeställningar:

1. Hur medvetna anser sig studenterna i urvalsgruppen vara om vilken källa som har producerat nyheterna i deras vardagliga nyhetskonsumtion?
2. I vilken utsträckning påverkas studenternas egna uppfattning om Cypernkrisen av mediernas rapportering?

## 3. Teori

### 3.1 Forskningsdesign

Studien har ett utforskande syfte, i och med att en enkät har tagits fram specifikt för att skapa underlag för diskussion och analys på det undersökta området. Enkäten genererar primär data (ny information) med syfte att utifrån denna undersöka de eventuella effekterna av en minskad medvetenhet och ursprungskällan i modern nyhetskonsumtion och hur detta påstående i sin tur kan ha fått effekter på de undersökta studenternas uppfattning om nyhetsrapporteringen kring Cyperns ekonomiska kris.

Enkätfrågorna är utformade för att samla in kvantitativa resultat med vissa mindre kvalitativa inslag. Uppsatsen i sin helhet presenterar en studie av hypotetisk-deduktiv typ, där enkäten syftar till att generera data att testa mot den tidigare formulerade hypotesen. Resultaten följs av en analys och diskussion kring de slutsatser som går att dra av att återbesöka hypotesens frågeställningar i ljus av den insamlade datan.

### 3.2 Transformation inom mediekonsumtionen

Vi befinner oss just nu i vad som troligen är en fortfarande pågående medierevolution. Det brukar talas om paradigmskiftet från "old media" till "new media". Övergången har inte skett vid en given tidpunkt utan lär vara en process som fortfarande pågår. En viktig faktor i den här övergången är hur våra internetvanor har förändrats under 2000-talets gång. Folk använder internet i mycket större utsträckning och framförallt för sitt eget nöjes skull, snarare än som enbart ett arbetsredskap.<sup>15</sup> Även med tillgång till den nya tekniken och den nya sortens mediakonsumtion tenderar människor i stor utsträckning blanda och kombinera sitt bruk av gamla och nya medier, t.ex. läsa nyheter både online och offline.<sup>16</sup> En viktig förändring i det nya medieklimatet är nyheterna är bärbara på ett helt annat sätt än tidigare. Papperstidningarna har alltid varit bärbara i den bemärkelsen att de lätt går att bära med sig, men i och med t.ex. smartphones är även nyhetsuppdateringarna och nyhetsflödet bärbart.<sup>17</sup> I avsnitt 4 av den podcast som Aftonbladets publisher Jan Helin och Expressens chefredaktör Thomas Mattsson sänder tillsammans spås gratistidningar i lokaltrafiken (t.ex. Metro, City) bli det första offret i och med de smarta telefonernas frammarsch som redskap för

---

<sup>15</sup> Rainie, Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*. (Hämtad 20 maj 2013), sid. 3

<sup>16</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 12

<sup>17</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 13-14

nyhetskonsumenten.<sup>18</sup> I kontrast till det gamla medieklimatet är nyheterna också mer individanpassade. Nyhetskonsumenterna följer ofta till största del specifika ämnen som intresserar just dem, det anses viktigt att kunna anpassa och göra sina nyhetssidor personliga och det är populärt med RSS-läsare och s.k. ”news alerts”, vilket innebär att konsumenten får ett meddelande när sökverktyget hittar en nyhet baserat på specifika nyckelord.<sup>19</sup> Slutligen går det knappast att sammanfatta transformationen från ”old media” till new media” utan att nämna ett av de mer omtalade fenomenen – sociala medier. Nyhetskonsumtion har blivit en mycket mer social upplevelse. Man kommenterar nyheter, delar vidare nyheter och tar del av nyheter man ännu inte läst genom de många sociala nätverk som är etablerat sig som raffinerade infrastrukturer på internet under 2000-talet.<sup>20</sup> Det ska dock påpekas att de sociala medierna fortfarande relativt sett är små nyhetsförmedlare i sammanhanget. De fungerar i nuläget i första hand som ett komplement till de huvudsakliga nyhetskällorna.<sup>21</sup>

### 3.3 Mediernas påverkan på EU-frågor

Innan man börjar utforska mediernas påverkan på EU-frågor, där främst medias position att påverka den allmänna opinionen åsyftas, är det intressant att titta närmare på hur närvarande EU-frågor faktiskt är i rapporteringen. Allt mer närvarande visar det sig. Forskning visar att EU-frågor numera är en etablerad del av mediernas agenda i unionens medlemsstater och att det journalistiska intresset och engagemanget för dessa frågor successivt har växt starkare allt efter som tiden har gått. Värt att anmärka har den här utvecklingen skett utan en stark efterfrågan från allmänhetens sida efter större mängder EU-relaterad rapportering.<sup>22</sup> En sådan utveckling lämnar dock utrymme för en hel del tolkning. Inom offentlighetsforskning ser man kombinationen av en liten elit som dominerar den EU-relaterade mediediskursen och en allmänhet som samtidigt tendrar att ha ett relativt litet intresse för EU överhuvudtaget. Sammantaget detta anses i många fall alla EU-nyheter vara bra nyheter för EUs legitimitet, eftersom det ökar insynen i organisationen.<sup>23</sup> Med den här bakgrunden som

---

<sup>18</sup> Mattsson & Helin Podcast, Avsnitt 4

<sup>19</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 16

<sup>20</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 20-22

<sup>21</sup> ”What Facebook and Twitter Means for News”, By Amy Mitchell & Tom Rosenstiel of PEJ, and Leah Christian of the Pew Research Center (Hämtad 15 maj 2013) <http://stateofthedia.org/2012/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/what-facebook-and-twitter-mean-for-news/>

<sup>22</sup> Achim Hurrelmann, Anna Gora & Andrea Wagner (2013): *The legitimization of the European Union in the news media: three treaty reform debates*, Journal of European Public Policy, 20:4, 515-534 <http://dx.doi.org/10.1080/13501763.2012.726478>, sid. 517

<sup>23</sup> Hurrelmann, Gora, Wagner: *The legitimization of the European Union in the news media*, sid. 517

fundament har många studier om medias relation till EU fokuserat mindre på analyser och strukturella frågor och mer på t.ex. hur frekvent EU och EU-relaterade ord och begrepp förekommer i medierna.<sup>24</sup>

Om EU-frågorna tycks ha en tydlig position i mediernas ordinarie rapportering känns det som ett naturligt steg att titta på hur EU-frågorna i sin tur framställs och behandlas av de europeiska medierna. De utsända korrespondenter som rapporterar på plats i Bryssel går på sätt och vis att jämföra med de klassiska korrespondenterna i det amerikanska politiska centret Washington DC. I båda fall rör det sig om ett relativt stort antal utsända journalister som rapporterar om det politiska maktcentret i en federation, en sorts journalistik som brukar kallas för ”pack journalism”.<sup>25</sup> Ett karaktäristiskt drag hos ”pack journalism” är att journalisterna rapporterar om samma händelser eller ”stories” och tenderar att göra det med samma vinkel och fokus. Det är alltså mycket som talar för en stor likriktning inom brysselkorrespondenternas rapportering. När man tittar närmare på tendenserna inom den journalistiska stilen där det handlar om att rapportera kring en såpass överstatlig organisation som EU ser man att journalister som skriver om EU-frågor i sin rapportering tenderar att referera mer till det egna landet än till andra medlemsstater eller till EU som institution.<sup>26</sup> David Morgan, som har studerat brittiska mediers relation till EU-nyheter, skriver:<sup>27</sup>

Union news is no longer foreign news within member countries but has been nationalized and treated accordingly. (Morgan, sid. 338)

Det verkar med andra ord som om enskilda medlemsstaters medier inte behandlar EU-nyheter som en unik plattform i relation till EUs gränsöverskridande postnationella struktur, utan snarare som ett slags komplement till den ordinarie rapporteringen, eventuellt fast i en sorts publicistiskt vakuum mellan utrikes- och inrikessektionen.

---

<sup>24</sup> Hurrelmann, Gora, Wagner: *The legitimation of the European Union in the news media*, sid. 517

<sup>25</sup> Martin Gleissner and Claes H. de Vreese (2005): *News about the EU Constitution : Journalistic challenges and media portrayal of the European Union Constitution*, Journalism 2005 6: 221  
DOI: 10.1177/1464884905051010 <http://jou.sagepub.com/content/6/2/221>, sid. 222

<sup>26</sup> Gleissner, de Vreese: *News about the EU Constitution*, sid. 224

<sup>27</sup> David Morgan (1995): *British Media and European Union News : The Brussels News Beat and its Problems*, European Journal of Communication 1995 10: 321 DOI: 10.1177/0267323195010003002 <http://ejc.sagepub.com/content/10/3/321>, sid. 338

Hittills har vi tittat lite på hur medier generellt arbetar när det gäller att skriva om EU. En väldigt viktig aspekt som inte framgår då är att olika medier kan vara radikalt olika inställda till vad EU är och bör vara. Maximilian Conrad ägnar ett kapitel i sin bok *Between Communication and Community EU Constitution Making, a European Public Sphere and the (Un-)Likelihood of Transnational Debate* åt att undersöka ett urval tyska och svenska dagstidningars syn på EU och europeisk integration. Conrad börjar med att presentera tre olika idealtyper som journalisterna ställer sig bakom<sup>28</sup>:

1. En mellanstatlig syn på europeisk integration, med fokus på projektets problemlösande karaktär och grundad i delegerad demokrati
2. En överstatlig syn på europeisk integration, med fokus på gemensamma europeiska värderingar och med ökad federalisering som mål integrationsprocessen.
3. En postnationell syn på europeisk integration, med fokus på medborgerliga rättigheter på en europeisk nivå och ökad institutionalisering av demokratiska procedurer på EU-nivå.

Utifrån dessa idealtyper analyserar Conrad sex tyska och svenska tidningar utifrån intervjuer med nyckelpersoner i redaktionerna. Det vore allt för omfattande att här i detalj redovisa Conrads undersökning och slutsatser. Därför följer här en sammanfattning av det som är relevant för vad den här uppsatsen vill undersöka.

Två av tidningarna, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* och *Svenska Dagbladet*, har konservativ respektive obunden moderat politisk beteckning. *Frankfurter Allgemeine* är den av de undersökta tyska tidningarna som är mest för en mellanstatlig och demokratiskt delegerad modell. Alla tillfrågade menar att EU har varit och kommer fortsätta vara en blandning av mellanstatliga, överstatliga och även postnationella element.<sup>29</sup> Det viktigaste anses vara projektets problemlösande funktioner. Enligt redaktören Günther Nonnemacher är innebörden av europeisk integration ett fundamentalt medel för att uppnå fred och ekonomiskt välstånd. Den processen och politiken till följd av det kan också innebära gemensamma värderingar och t.o.m. vissa postnationella element, men det är den problemlösande funktionen som till syvende og sidst kännetecknar den europeiska

---

<sup>28</sup> Maximilian Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making, a European Public Sphere and the (Un-)Likelihood of Transnational Debate* (Department of Political Science Lund University, Sweden, 2009), sid. 104

<sup>29</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 108

integrationen.<sup>30</sup> Ingen av de tillfrågade ser någon utveckling mot en reell Europeisk stat.<sup>31</sup> *Svenska Dagbladets* redaktör Claes Arvidsson uttrycker en tydlig vurm för en mellanstatlig problemlösande organisation. Arvidsson argumenterar för att EU redan är en slags stat, en ”stat utan att vara en stat”, med starka överstatliga element som ständigt växer sig starkare.<sup>32</sup> EU-korrespondenten Rolf Gustavsson kommenterar att Europa historiskt har varit en gemenskap av gemensamma värderingar, men när det kommer till kritan är det en problemlösande karaktär som gäller. ”[EU] är inte och kommer nog aldrig bli en stat”.<sup>33</sup>

De mer liberala tidningarna *Süddeutsche Zeitung* och *Dagens Nyheter* skiljer sig åsiktsmässigt en del från sina konservativa kollegor. I intervjuerna med redaktionen på *Süddeutsche Zeitung* indikerar responsen en vurm för ett demokratiskt system bortom nationalstaten. Alla tillfrågade ser en fördjupning av integrationsprocessen och kanske främst starkare EU-institutioner.<sup>34</sup> Jeanne Rubner från tidningens Münchenavdelning är inte ”rädd för en europeisk superstat”. Hon menar att det känns vettigt att sätta nationella intressen i andra hand till förmån för en starkare europeisk union. Om man vill ha ett starkt EU måste man vara villig att avsäga sig vissa nationella friheter, anser Rubner.<sup>35</sup> De tillfrågade på *Dagens Nyheter* uttrycker starkt stöd för ett postnationellt EU som organiseras enligt federala principer. De tillfrågade ser en utveckling bort från nationella konstellationer som den högst prioriterade frågan i den europeiska integrationsprocessen. Redaktören Niklas Ekdal förespråkar ett ”United States of Europe” med en federal konstitution. De tillfrågade på *Dagens Nyheter* betonar en journalistisk roll i att stimulera en transnationell debatt om europeiska frågor som en av tidningens huvudambitioner i EU-politiken.<sup>36</sup>

---

<sup>30</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 109

<sup>31</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 110

<sup>32</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 112

<sup>33</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 113

<sup>34</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 116

<sup>35</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 116

<sup>36</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 118

Slutligen vurmar den tyska tidningen *Die Tageszeitung* för en postnationell integration<sup>37</sup> och svenska tidningen *Aftonbladet* välkomnar även de ett federalt organiserat postnationellt EU, men bara som en eventuell biprodukt av det problemlösande arbetet.<sup>38</sup> Vad man kan ta med sig från Conrads studie av tidningarnas olika redaktionella inställning till EU är att den kan skilja sig radikalt, primärt baserat på publikationens politiska beteckning. Detta är en faktor som kommer att bli betydande i analysdelen av den här uppsatsen.

### 3.4 Tidigare forskning

I arbetet med uppsatsen har inte någon tidigare forskning uppenbarat sig specifikt på området hur sociala medier och RSS-läsare påverkar medvetenheten om ursprungskällan hos användaren. Däremot har relevant forskning påträffats på området nyhetsrekommending via sociala medier och RSS-läsare. I *Using Twitter To Recommend Real-Time Topical News* berättar forskarna om hur de har experimenterat med att utveckla algoritmer som kan kombinera förtjänsterna med att konsumera nyheter via Twitter och RSS-läsare och leverera nyhetsrekommendationer utifrån detta.<sup>39</sup> När det gäller nyhetsrapporteringen kring Cyperns ekonomiska kris så har ingen forskning om nyhetsrapportering kring detta hittats. Sådan forskning kan mycket väl existera, men under arbetet med den här uppsatsen har den sortens material inte funnits att tillgå via sökningar med Googles och Lunds universitets sökverktyg. Däremot existerar mycket forskning om splittringen mellan den turkiska och grekcypriotiska delen av ön, som dessvärre är irrelevant för just den här uppsatsen.

---

<sup>37</sup> Conrad, *Between Communication and Community*  
*EU Constitution Making*, sid. 121

<sup>38</sup> Conrad, *Between Communication and Community*  
*EU Constitution Making*, sid. 125

<sup>39</sup> Phelan, Owen; McCarthy, Kevin; Smyth, Barry (2009-10), *Using Twitter to recommend real-time topical news*, ACM  
<http://doi.acm.org/10.1145/1639714.1639794>

## 4. Metod

För att undersöka problemet har den här uppsatsens författare valt att på egen hand utföra en enkätundersökning som sedan har skickats ut till ett urval studenter. Enkäten är webbaserad och utformad i Google's enkätverktyg "Google Forms". I metoddelen kommer jag att vidare utveckla och motivera urvalet av personer som har deltagit i enkäten. Jag kommer även elaborera hur enkäten är utformad och i detalj beskriva enkätfrågorna. Enkäten i sin helhet går att finna tillsammans med enkätsvaren under avsnittet "Resultat".

Till största del undersöker enkäten i hur stor utsträckning deltagarna konsumerar och upplever ett antal bestämda alternativ, en slags frekvens i såväl deras beteende som deras konsumtionsmönster. Därför tar enkätundersökningen formen av en kvantitativ studie.<sup>40</sup>

### 4.1 Urval

Enkäten genomfördes på tre olika grundkurser på två svenska universitet:

1. Grundkursen i Engelska vid Lunds universitet
2. Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds universitet
3. Kandidatprogrammet i Journalistik vid Göteborgs universitet

Det finns givetvis ett syfte med vart och ett av urvalen utbildningar. Anledningen till att undersökningen gjordes på tre olika utbildningar var att säkerställa en tillräckligt stor mångfald jämfört med om enkäten bara hade utförts på en enda utbildning. De tre utbildningarna är visserligen relativt likriktade rörande deras ämnesdisciplin, men även det går att motivera i varför var och en av dem valdes ut att delta i undersökningen.

Grundkursen i engelska valdes ut eftersom enkäten innehåller frågor som berör konsumtionen av nyheter på det engelska och dessa studenter får antas besitta både kunskap och intresse för det engelska språket.

Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap innehåller en population av studenter som kan antas intressera sig för moderna medier och därför kan innehålla ett relativt modernt mediekonsumtionsmönster, vilket är en del av vad som studeras i enkätundersökningen.

---

<sup>40</sup> Jan Trost, *Enkätboken* (Studentlitteratur, Lund, 2001), sid. 22



Kandidatprogrammet i Journalistik innehåller studenter som är troliga att bli de människor som producerar medier och nyheter inom en snar framtid. Deras mediekonsumtion kan därmed bli trendsättande för hur nyheter kommer att se ut i framtiden.

Efter att ha presenterat dessa tre urvalsgrupper så vill jag passa på att markera min medvetenhet om att två av grupperna, grundkursen i medie- och kommunikation och kandidatprogrammet i journalistik, mycket väl kan representera en mediekonsumtion som är betydligt mer avancerad än genomsnittet hos den nationella populationen i samma åldersgrupp. Detta kommer att tas i åtanke i analysdelen. Hursomhelst anser jag att grundkursen i engelska representerar en mer genomsnittliga mediekonsumtion och även detta avser jag väga in när resultaten utvärderas.

#### 4.2 Verkyget

För att skapa själva enkäten valde jag att använda mig av ett webbaserat verktyg. Jag övervägde först möjligheten att genomföra enkätundersökningen på mer ”traditionellt” vis, dvs. skriva ut ett större antal fysiska kopior av enkäten och sedan få undersökningsgrupperna att således fysiskt fylla i enkäten med penna direkt på pappret, för att sedan samla in detta och sammanställa. Dock kom jag till slutsatsen att en webbaserad enkät skulle underlätta både för mig när jag sammanställer datan och deltagarna, som kan fylla i enkäten vid ett eget valt tillfälle under en period på två veckor. En webbaserad enkät säkerställer dessutom att undersökningen blir standardiserad, dvs. situationen är densamma för alla deltagare.<sup>41</sup> Eftersom frågorna oftast har fasta svarsalternativ är enkäten också till en hög grad strukturerad. Man kan alltså säga att undersökningen både har en hög standardiseringsgrad och en hög struktureringsgrad, vilket är lämpligt för en kvantitativ studie.<sup>42</sup>

Först började jag skriva enkäten i *SurveyMonkey's* enkätverktyg, som jag blivit rekommenderat.<sup>43</sup> Det visade sig dock att *SurveyMonkey* hade en maxgräns på tio frågor per enkät, såvida man inte tecknat ett abonnemang för minst 249kr/mån. Jag ville varken betala den summan eller för den delen låta en begränsning på antalet frågor äventyra kvaliteten på min undersökning, så jag

---

<sup>41</sup> Jan Trost, *Enkätboken* (Studentlitteratur, Lund, 2001), sid. 55

<sup>42</sup> Jan Trost, *Enkätboken* (Studentlitteratur, Lund, 2001), sid. 59

<sup>43</sup> Surveymonkey hemsida (Hämtad 9 april 2013)  
<http://sv.surveymonkey.com>

beslutade att hitta ett annat verktyg. Valet blev *Google Forms*, Google's enkätverktyg.<sup>44</sup> Verktöget är mycket populärt och används flitigt i stora undersökningar. Jag kunde med stor frihet utforma min enkät och sen låta deltagarna nå svarsformuläret via en direktlänk. Svaren sparades sedan anonymt i ett spreadsheet-dokument som uppdaterades löpande allt eftersom svaren skickades in.

Sättet jag gick till väga för att nå ut till de tre grundkurserna som var tilltänkta som undersökningsgrupper var att via mejl kontakta administrationen för respektive utbildning. De assisterade mig sedan genom att cirkulera direktlänken till enkäten tillsammans med ett meddelande från mig på kursernas interna mejl-listor. Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap erbjöd sig dessutom att publicera samma meddelande på kursens slutna facebook-sida, ett erbjudande som jag tacksamt tog emot.

Urvalet går troligtvis bäst att passa in i den kategori som Jan Trost kallar för ”bekvämlighetsurval”.<sup>45</sup> Enkäten har skickats ut till universitetsstudenter med assistans av universitetspersonalen och det har varit upp till studenterna själva i de relativt stora urvalsgrupperna att välja om de överhuvudtaget vill titta på enkäten.

### 4.3 Enkätfrågorna

I det här avsnittet tänker jag stegvis gå igenom hur enkäten som ligger till grund för min uppsats är utformad. Titeln på enkäten är *Enkät om förändrad nyhetskonsumtion och Cypernkrisen*. Direkt därefter följer ett kort meddelande till personen som fyller i enkäten, som ska ge en kortfattad förklaring av syftet med min undersökning, följt av mina kontaktuppgifter. Sedan kommer det första korta avsnittet av enkäten som går under rubriken ”*Om dig*” som genom två korta frågor ska ge den lilla nödvändiga personliga information om deltagaren jag bedömer relevant att samla in.

*Avsnitt 1:*

## **Om dig**

**1. Vilket år är du född?**

**2. Vad studerar du?**

---

<sup>44</sup> Google Forms: Instruktioner (Hämtad 11 april 2013)  
<http://support.google.com/drive/bin/answer.py?hl=en&answer=87809>

<sup>45</sup> Jan Trost, *Enkätboken* (Studentlitteratur, Lund, 2001), sid. 30

Nästa avsnitt, ”Frågor om nyhetskonsumtion”, innehåller två frågor som är avsedda att bidra med information om hur deltagarens nyhetskonsumtionsmönster. Den första av frågorna ska ge grundläggande information om vilka kanaler eller tekniker som deltagaren tillskansar sig nyheter genom, medan den andra frågan ber deltagaren ange i procent hur stor andel engelskspråkiga nyheter denna konsumerar. Den sistnämnda frågan är av stor betydelse för att senare ligga till grund för en analys av deltagarnas konsumtion av internationella nyhetskällor.

Avsnitt 2:

## Frågor om nyhetskonsumtion

### 3. Genom vilka av följande kanaler konsumerar du nyheter?

Välj ett eller flera alternativ

- 1 Papperstidning
- 2 Nyhetssida (t.ex. [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se), [dn.se](http://dn.se), [bbc.com](http://bbc.com))
- 3 Nyhetsprogram på TV
- 4 Sociala medier
- 5 RSS-läsare
- 6 Annan källa

### 4. Hur stor andel av nyheterna du konsumerar är på engelska?

Uppskatta så gott det går i procent:

Enkätens tredje avsnitt, ”Påståenden”, består av fem påståenden rörande deltagarens nyhetskonsumtion som denne får ta ställning till genom att ange sitt svar på en femgradig likertskala<sup>46</sup> som sträcker sig från ”Instämmer helt” till ”Instämmer inte alls”. Frågorna kretsar kring deltagarens uppfattning om den personliga medvetenheten i det egna nyhetsläsandet angående vem nyhetsproducenten är, dess nationalitet och dess politiska ideologi. Allt detta är av stort intresse för att testa min hypotes om förändringar i medvetenhetsaspekten inom modern nyhetskonsumtion. Avsnittet täcker även frågan om hur deltagaren följer nyhetsflödet och själv deltar genom spridning av nyheter i sociala medier.

Avsnitt 3:

### Påståenden

### 5. Jag håller mig ständigt uppdaterat på nyhetsflödet.

---

<sup>46</sup> Nationalencyklopedin, Uppslagsord: ”Likertskala”

<http://www.ne.se/likertskala>

1 2 3 4 5

---

Instämmer  
helt

Instämmer inte  
alls

---

**6. Jag är medveten om vilken källa som har producerat nyheterna jag läser.**

1 2 3 4 5

---

Instämmer  
helt

Instämmer inte  
alls

---

**7. Jag är insatt i vilken politisk ideologi nyhetsproducenterna har.**

1 2 3 4 5

---

Instämmer  
helt

Instämmer inte  
alls

---

**8. Läser jag engelskspråkiga nyheter vet jag vilket land de härstammar från (t.ex. USA eller Storbritannien).**

1 2 3 4 5

---

Instämmer  
helt

Instämmer inte  
alls

---

**9. Jag delar ofta vidare nyheter via sociala medier.**

1 2 3 4 5

---

Instämmer  
helt

Instämmer inte  
alls

---

Det fjärde och sista avsnittet handlar om Cypernkrisen och går mycket lämpligt under namnet ”Frågor om situationen på Cypern”. De första frågorna börjar med att utröna om deltagaren har läst om Cyperns ekonomiska kris i sin vardagliga nyhetskonsumention, genom vilka källor och hur välinformerad deltagaren anser sig vara om situationen. Syftet med detta är att få en allmän bild av hur välinformerad bedömning deltagarna i allmänhet kan anses vara kapabla att göra, baserat på i vilken utsträckning de har tillskansat sig relevant information.

Därefter följer frågor hur deltagaren uppfattar att Cypernkrisen har framställts i nyhetsmedia, vilken ton nyheterna har och hur deltagarens personliga inställning till situationen ser ut. För att göra det enkelt och bekvämt för deltagaren är frågorna utformade som två svarsalternativ och ett tredje ”vet

inte-alternativ”. Den avslutande frågan ber deltagaren svara på om denne saknar någonting i nyhetspresentationen om Cypernkrisen. Även här finns ett antal förutbestämda svarsalternativ.

Det avslutande avsnittet med frågor om Cypernkrisen existerar för att komplettera informationen deltagarna ger om sin nyhetskonsumtion, så att jag när jag analyserar resultaten ska kunna använda mig av nyhetsrapporteringen kring Cypernkrisen som ett aktuellt praktiskt exempel att applicera mina antagande om den moderna mediekonsumtionens effekter på.

*Avsnitt 4:*

## **Frågor om situationen på Cypern**

**10. Har du i din vardagliga nyhetskonsumtion läst om den ekonomiska krisen på Cypern?**

- 1 Ja
- 2 Nej

**11. Om ja, genom vilka nyhetskällor har du huvudsakligen läst om detta?**

**12. Känner du dig välinformerad ang krisen på Cypern?**

1 2 3 4 5

---

Mycket  
välinformerad

Inte alls  
informerad

---

**13. Hur tycker du att Cyperns ekonomiska kris har framställts i nyhetsmedia?**

- 1 Objektivt
- 2 Partiskt
- 3 Vet inte

**14. Vilken ton har nyheterna om den ekonomiska krisen på Cypern?**

- 1 Optimistisk
- 2 Pessimistisk
- 3 Vet inte

**15. Hur är din personliga inställning till situationen?**

- 1 Optimistisk
- 2 Pessimistisk
- 3 Vet inte

## 16. Saknar du något i nyhetspresentationen om Cyperns ekonomiska kris?

- 1 Mer fakta
- 2 Mer analys
- 3 Jag har all information jag behöver
- 4 Vet inte

## 5. Resultat

I det här kapitlet presenteras resultatet av enkätundersökningen som ligger till grund för uppsatsen. Initialt följer praktiska detaljer om den insamlade datan, bland annat i form av hur stor spridning enkäten fick och en bortfallsanalys på svaren. Sedan går enkätsvaren successivt igenom med grafisk representation i form av diagram och siffror.

Enligt administratörerna på respektive av de utbildningar som deltog i undersökningen gick enkäten ut till följande antal studenter:

1. Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap, (Lunds universitet): 96 studenter
2. Kandidatprogrammet i journalistik, (Göteborgs universitet): 186 studenter
3. Grundkursen i Engelska, (Lunds universitet): 163 studenter

Av dessa totalt 445 studenter som fick möjlighet att delta i studien samlades totalt 77 svar in. En dramatiskt liten svarsfrekvens vid första anblick, men man bör ha i åtanke att enkäten skickades ut till studenternas universitetsmejl. Många studenter använder primärt sin privata mejl och tenderar att bortse från information de inte anser högprioriterad som når de via universitetsmejlen. Därför är det omöjligt att avgöra hur många av de 445 studenterna som överhuvudtaget har tagit del av information om enkäten och det blir mer intressant att titta närmare på fördelningen av de studenter som i slutändan deltog i undersökningen. Traditionellt räknas en sådan här procentuellt sett oerhört låg svarsfrekvens som tveksam i vetenskapligt syfte. Dock anser jag inte att den på något sätt påverkar den vetenskapliga kvaliteten i det här fallet, då tekniken jag har använt mig av för att nå ut till respondenterna kan liknas vid vad som i marknadsföringstermer kallas för ”bombmatta”. Det innebär att stor vikt har lagts på att enkäten ska nå ett stort antal i den initiella fasen, att sedan inte alla dessa 445 valde att delta i studien äventyrar knappast den vetenskapliga kvaliteten. Det är i själva verket de 77 som i slutändan deltog som bör ses som den reella undersökta gruppen.

Fördelningen av de 77 studenter som deltog i enkäten ser ut så här:

1. Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap, (Lunds universitet): 7 studenter
2. Kandidatprogrammet i journalistik, (Göteborgs universitet): 35 studenter
3. Grundkursen i Engelska, (Lunds universitet): 35 studenter

Här blir det smärtsamt tydligt hur oerhört få av studenterna på Grundkursen i Medie- och kommunikationsvetenskap som deltog i enkäten, endast 7 utav 96 studenter. Det betyder tyvärr att det rör sig om en alldeles för liten andel för att kunna utgöra en representativ andel för utbildningens population. Det enda rimliga att göra i situationen blir att notera Medie- och kommunikationsstudenternas enskilda del av undersökningen som ett misslyckande. Lyckligtvis har enkäten fått bättre gensvar från Kandidatprogrammet i journalistik och Grundkursen i Engelska. Båda dessa utbildningar har lämnat in 35 enkätsvar vardera vilket utgör en tillräcklig andel för undersökningen. Eftersom jämförelser mellan dessa två grupper kommer att ske i analysen är det väldigt lämpligt att svaren är jämt fördelade. När analysen berör den totala populationen av samtliga utbildningar kommer även Medie- och kommunikationsstudenternas svar räknas med eftersom det som då kommer analyseras är universitetsstudenter som population som generell helhet. Grundkursen Medie- och kommunikation kommer däremot inte kunna analyseras som självständig urvalsgrupp, vilket var en del grundtanken när enkäten utformades.

## **5.1 Den totala populationen**

### **Om dig**

*Fråga 1: Vilket år är du född?*

1993: 7

1992: 15

1991: 8

1990: 12

1989: 9

1988: 8

1987: 4

1986: 6

1985: 5

1980: 1

1973: 1

1961: 1

*Fråga 2: Vad studerar du?*

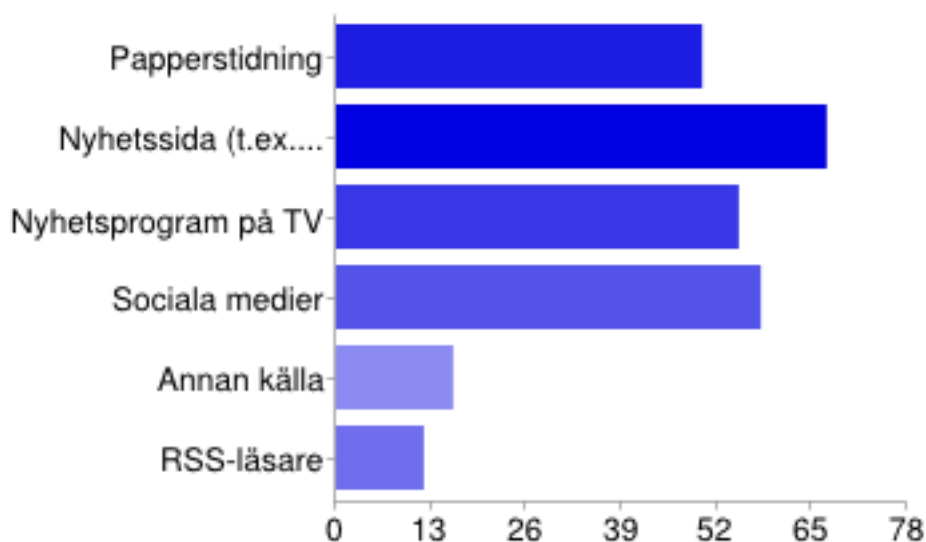
Engelska: 35

Journalistik: 35

Medie- och kommunikationsvetenskap: 7

### Frågor om nyhetskonsumtion

*Fråga 3: Genom vilka av följande kanaler konsumerar du nyheter?*



Papperstidning: 50, (19%)

Nyhetssida (t.ex. aftonbladet.se, dn.se, bbc.com): 67, (26%)

Nyhetsprogram på TV: 55, (21%)

Sociala medier: 58, (22%)

Annan källa: 16, (6%)

RSS-läsare: 12, (5%)

*Fråga 4: Hur stor andel av nyheterna du konsumerar är på engelska?*

0%: 7

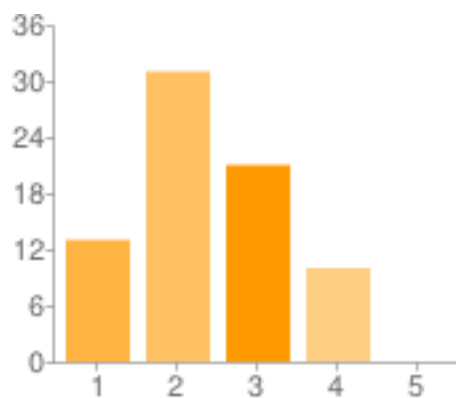


1%: 1  
2%: 1  
5%: 8  
10%: 15  
15%: 6  
20%: 8  
27,5%: 1  
30%: 9  
40%: 5  
50%: 8  
70%: 1  
75%: 1  
80%: 2  
95%: 1

### Påståenden

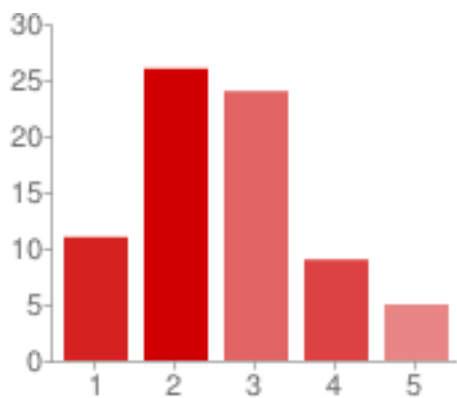
Siffrorna 1-5 i svaren representerar den femgradiga likert-skalan, där 1=Instämmer helt och 5=Instämmer inte alls.

*Fråga 5: Jag håller mig ständigt uppdaterad på nyhetsflödet.*



1 13, (17%)  
2 31, (41%)  
3 21, (28%)  
4 10, (13%)  
5 0, (0%)

Fråga 6: Jag är medveten om vilken källa som har producerat nyheterna jag läser.



1 11, (15%)

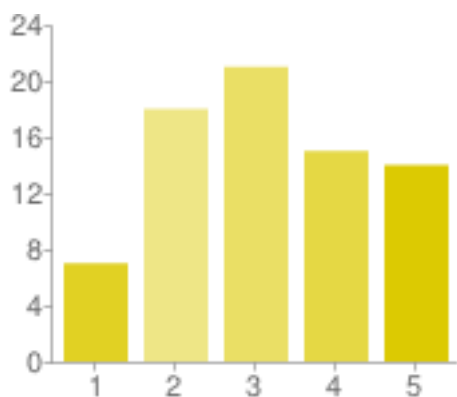
2 26, (35%)

3 24, (32%)

4 9, (12%)

5 5, (7%)

Fråga 7: Jag är insatt i vilken politisk ideologi nyhetsproducenterna har.



1 7, (9%)

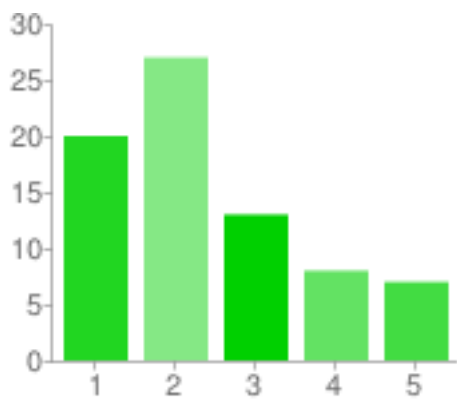
2 18, (24%)

3 21, (28%)

4 15, (20%)

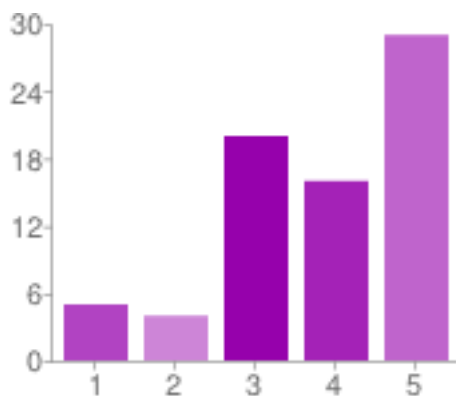
5 14, (19%)

Fråga 8: Läser jag engelskspråkiga nyheter vet jag vilket land de härstammar från (t.ex. USA eller Storbritannien).



- 1 20, (27%)
- 2 27, (36%)
- 3 13, (17%)
- 4 8, (11%)
- 5 7, (9%)

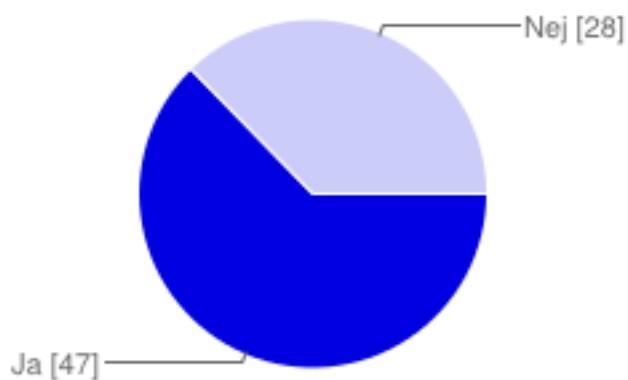
*Fråga 9: Jag delar ofta vidare nyheter via sociala medier.*



- 1 5, (7%)
- 2 4, (5%)
- 3 20, (27%)
- 4 16, (22%)
- 5 29, (39%)

### **Frågor om situationen på Cypern**

*Fråga 10: Har du i din vardagliga nyhetskonsumtion läst om den ekonomiska krisen på Cypern?*



Ja 47, (63%)

Nej 28, (37%)

*Fråga 11: Om ja, genom vilka nyhetskällor har du huvudsakligen läst om detta?*

På den här frågan fick deltagarna fritt fylla i hur många svar de ville. Vissa svar innehåll bara en nyhetskälla medan andra kunde innehålla fyra-fem olika nyhetskällor. Därför går det inte att redovisa någon ingående statistik eller jämförelser mellan urvalsgrupperna. Här redovisas istället svaren i fallande ordning efter hur frekvent de förekommer bland svaren.

Dagens Nyheter: 9

Aftonbladet: 9

Tidningar: 8

Radio: 7

Sydsvenskan: 6

SVT: 6

TV-nyheter: 5

Internet: 5

Svenska Dagbladet: 5

TV4: 5

BBC: 4

Göteborgs-Posten : 3

Dagens Industri: 3

Skånska dagbladet: 2

Hallandsposten: 1

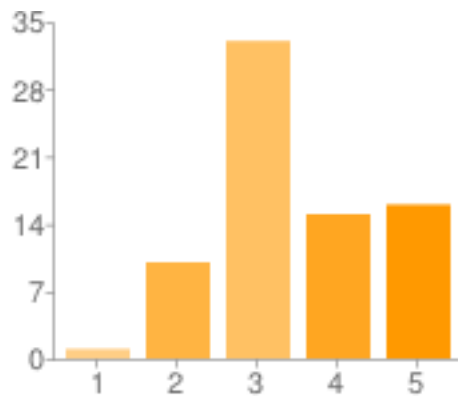
Arbetet: 1

Chilenska nyheter och dagstidningar: 1

TT: 1

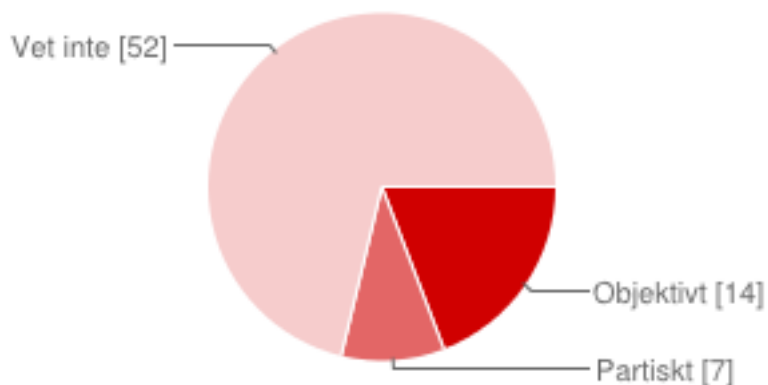
Metro: 1

Fråga 12: Känner du dig välinformerad ang. krisen på Cypern?



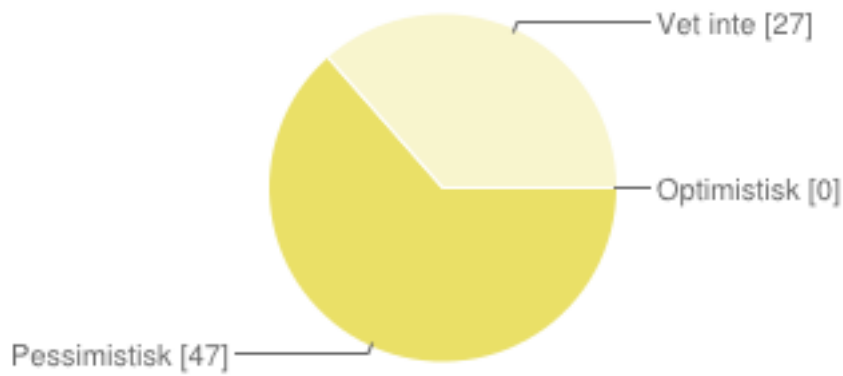
- 1 1, (1%)
- 2 10, (13%)
- 3 33, (44%)
- 4 15, (20%)
- 5 16, (21%)

Fråga 13: Hur tycker du att Cyperns ekonomiska kris har framställts i nyhetsmedia?



- Objektivt 14, (19%)
- Partiskt 7, (10%)
- Vet inte 52, (71%)

Fråga 14: Vilken ton har nyheterna om den ekonomiska krisen på Cypern?

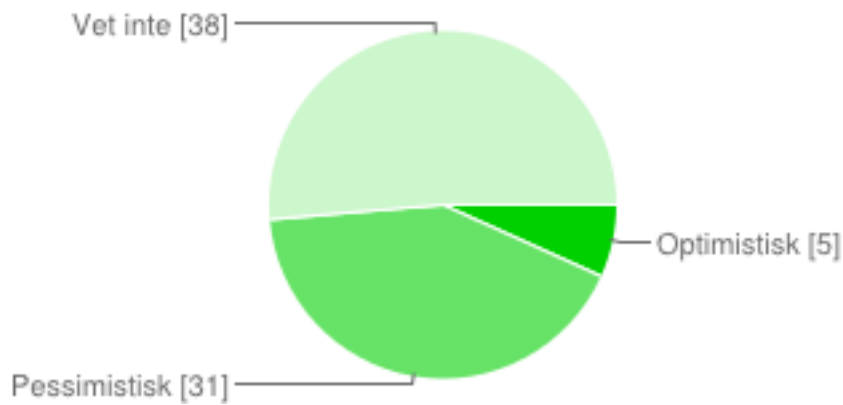


Optimistisk 0, (0%)

Pessimistisk 47, (64%)

Vet inte 27, (36%)

*Fråga 15: Hur är din personliga inställning till situationen?*

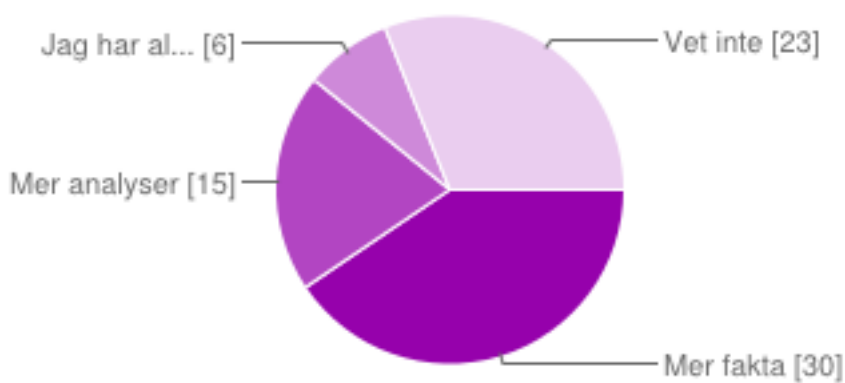


Optimistisk 5, (7%)

Pessimistisk 31, (42%)

Vet inte 38, (51%)

*Fråga 16: Saknar du något i nyhetspresentationen om Cyperns ekonomiska kris?*



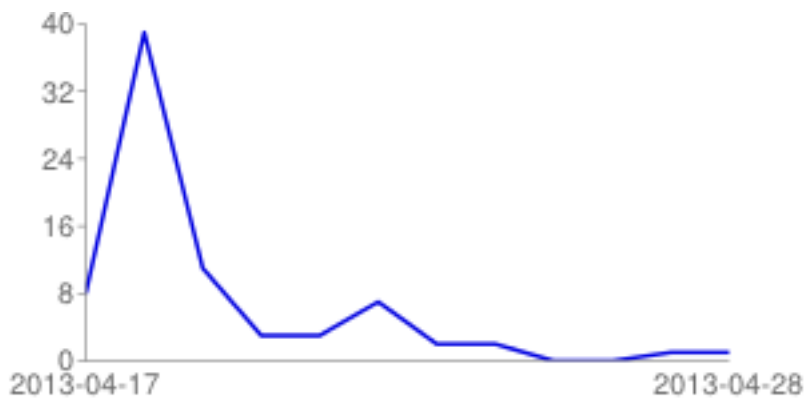
Mer fakta 30, (41%)

Mer analyser 15, (20%)

Jag har all information jag behöver 6, (8%)

Vet inte 23, (31%)

### Antal dagliga svar under tiden enkäten var aktiv

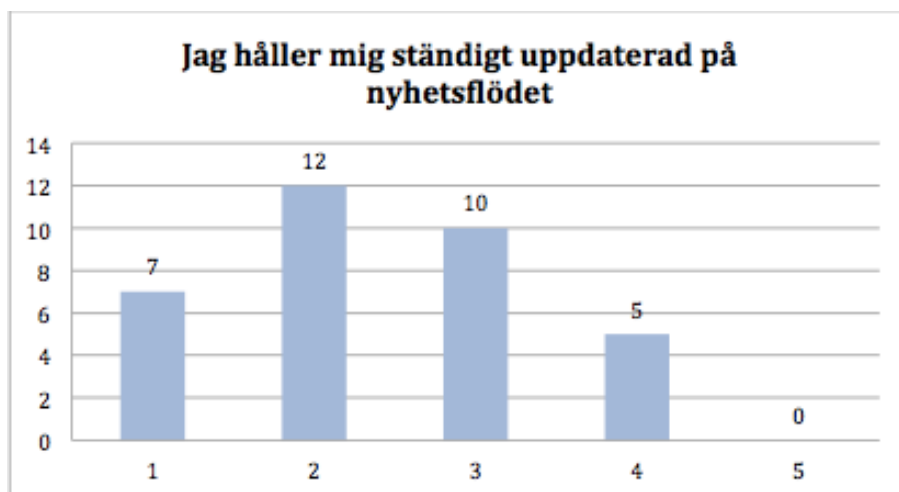


## 5.2 Grundkursen i Engelska

### Påståenden (Grundkursen i Engelska)

Siffrorna 1-5 i svaren representerar den femgradiga likert-skalan, där 1=Instämmer helt och 5=Instämmer inte alls.

Fråga 5:



- 1 7, (21%)
- 2 12, (35%)
- 3 10, (29%)
- 4 5, (15%)
- 5 0, (0%)

Fråga 6:



- 1 3, (9%)
- 2 9, (26%)
- 3 11, (32%)
- 4 7, (21%)
- 5 4, (12%)

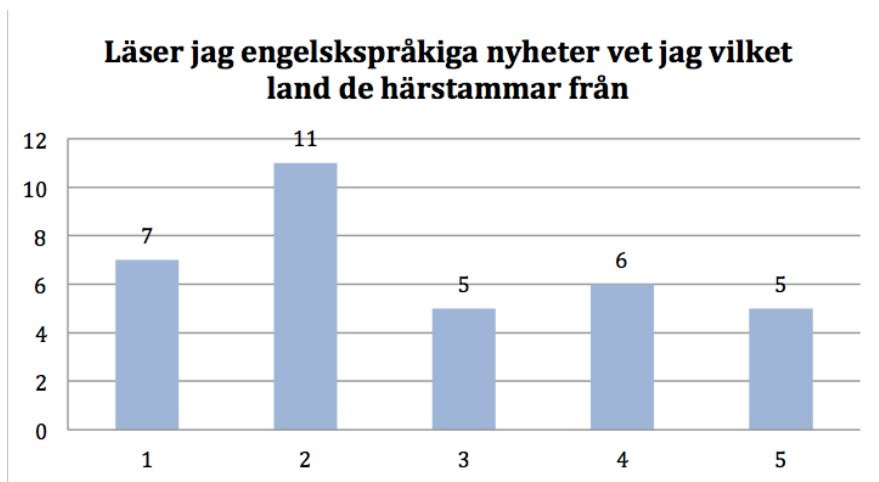
Fråga 7:





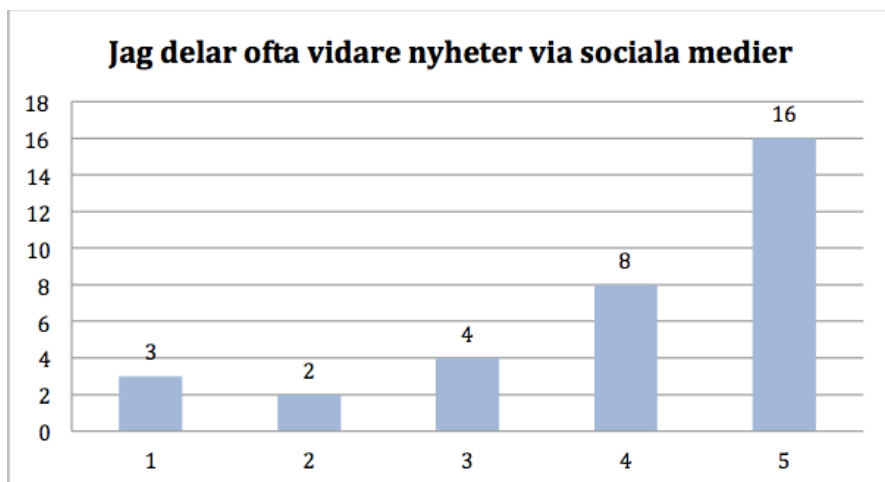
- 1 3, (9%)
- 2 4, (12%)
- 3 8, (24%)
- 4 9, (26%)
- 5 10, (29%)

Fråga 8:



- 1 7, (21%)
- 2 11, (32%)
- 3 5, (15%)
- 4 6, (18%)
- 5 5, (15%)

Fråga 9:



- 1 3, (9%)
- 2 2, (6%)
- 3 4, (12%)
- 4 8, (24%)
- 5 16, (47%)

### Frågor om situation på Cypern (Grundkursen i Engelska)

Fråga 10:

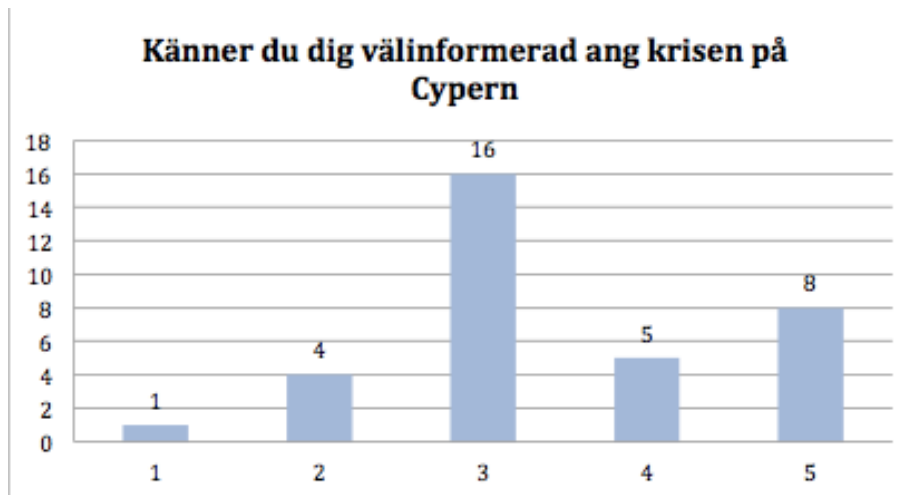


- Ja 21, (62%)
- Nej 13, (38%)

Fråga 11:

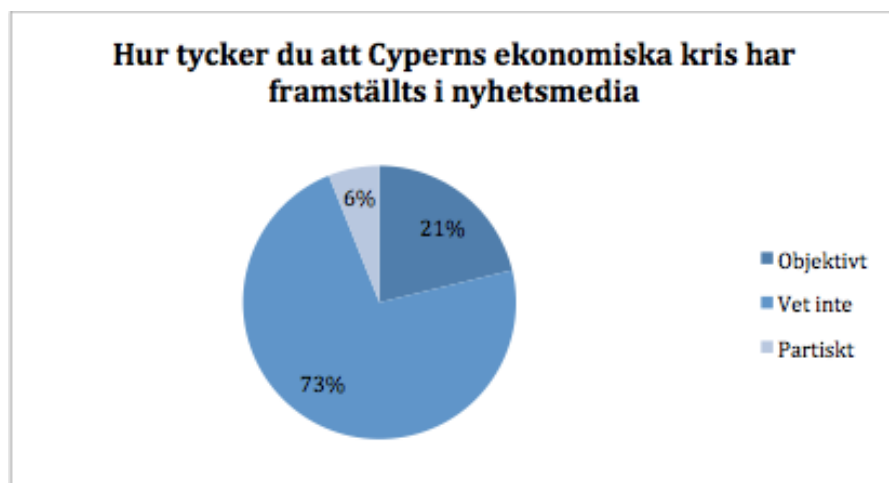
Redovisas inte (se kommentar om fråga 11 i resultatet för hela undersökningspopulationen).

Fråga 12:



- 1 1, (3%)
- 2 4, (12%)
- 3 16, (47%)
- 4 5, (15%)
- 5 8, (24%)

Fråga 13:

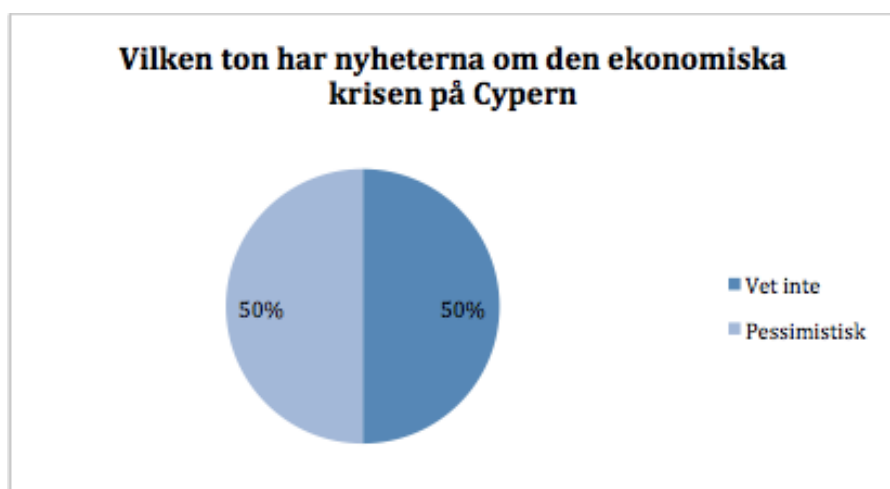


Objektivt 7, (21%)

Partiskt 24, (73%)

Vet inte 2, (6%)

*Fråga 14:*



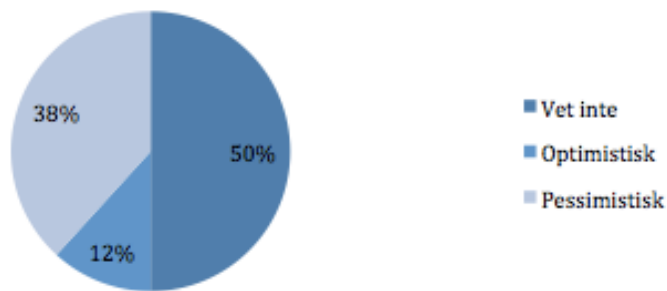
Optimistisk 0, (0%)

Pessimistisk 17, (50%)

Vet inte 17, (50%)

*Fråga 15*

### Hur är din personliga inställning till situationen



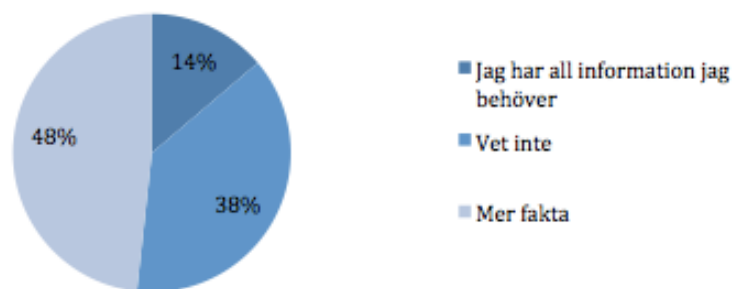
Optimistisk 4, (12%)

Pessimistisk 13, (38%)

Vet inte 17, (50%)

### Fråga 16:

### Saknar du något i nyhetspresentationen om Cyperns ekonomiska kris



Mer fakta 14, (48%)

Mer analyser 0, (0%)

Jag har all information jag behöver 4, (14%)

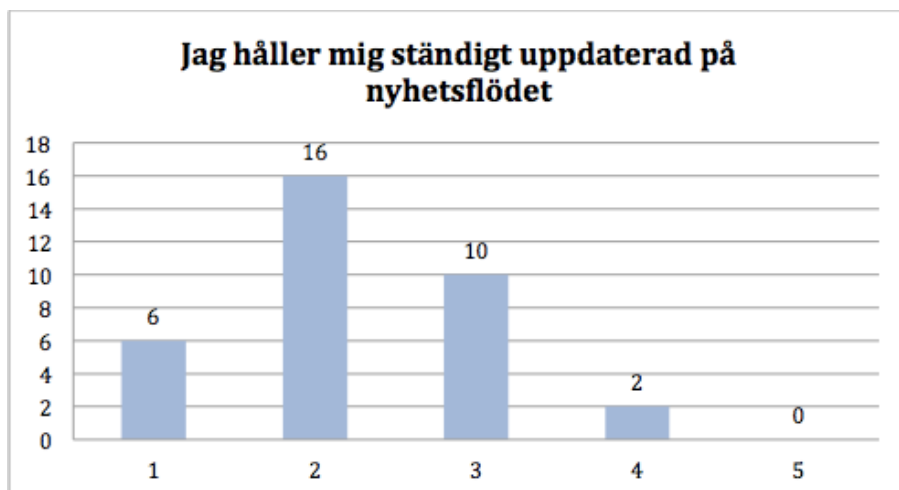
Vet inte 11, (38%)

### 5.3 Kandidatprogrammet i Journalistik

#### Påståenden (Kandidatprogrammet i Journalistik)

Siffrorna 1-5 i svaren representerar den femgradiga likert-skalan, där 1=Instämmer helt och 5=Instämmer inte alls.

Fråga 5:



- 1 6, (18%)
- 2 16, (47%)
- 3 10, (29%)
- 4 2, (6%)
- 5 0, (0%)

Fråga 6:



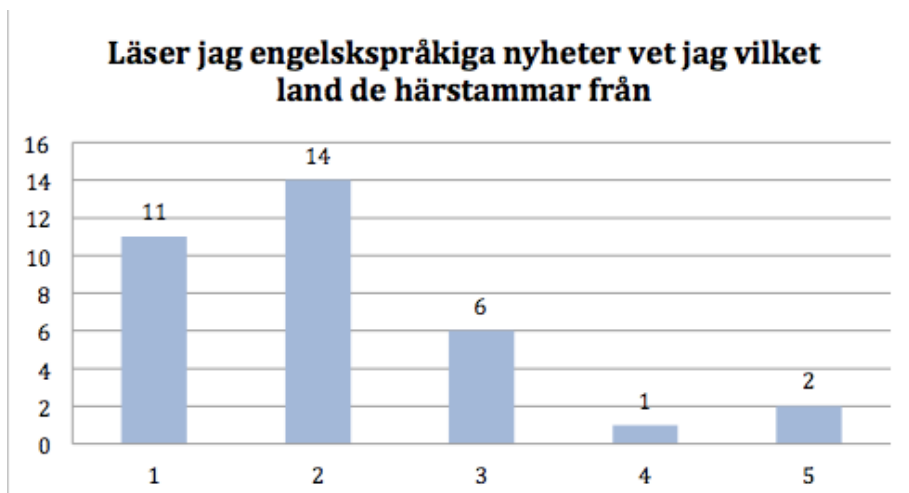
- 1 6, (18%)
- 2 16, (47%)
- 3 10, (29%)
- 4 2, (6%)
- 5 0, (0%)

Fråga 7:



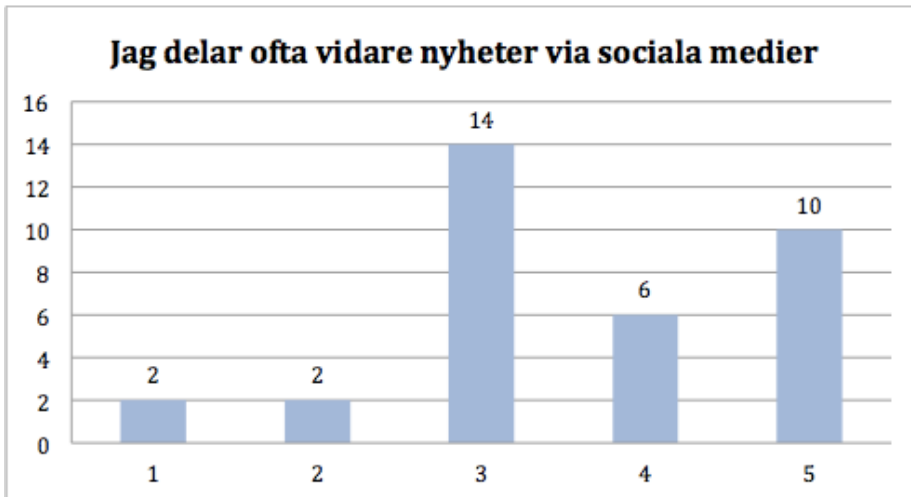
- 1 4, (12%)
- 2 13, (38%)
- 3 12, (35%)
- 4 3, (9%)
- 5 2, (6%)

Fråga 8:



- 1 11, (32%)
- 2 14, (41%)
- 3 6, (18%)
- 4 1, (3%)
- 5 2, (6%)

Fråga 9:



- 1 2, (6%)
- 2 2, (6%)
- 3 14, (41%)
- 4 6, (18%)
- 5 10, (29%)



## Frågor om situation på Cypern (Kandidatprogrammet i journalistik)

Fråga 10:



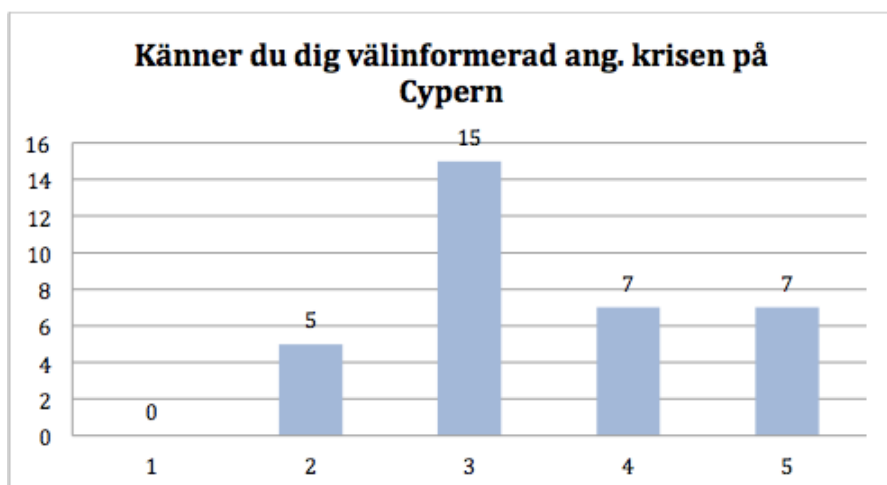
Ja 11, (68%)

Nej 23, (32%)

Fråga 11:

Redovisas inte (se kommentar om fråga 11 i resultatet för hela undersökningspopulationen).

Fråga 12:



1 0, (0%)

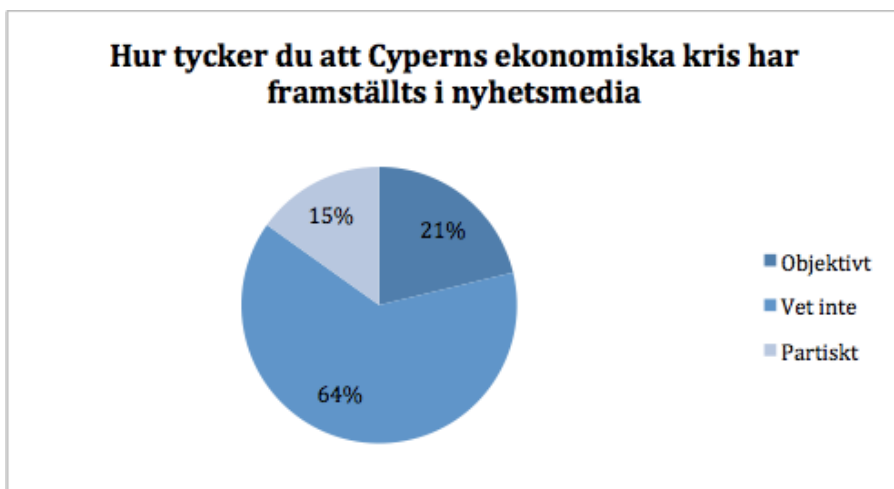
2 5, (15%)

3 15, (44%)

4 7, (21%)

5 7, (21%)

Fråga 13:

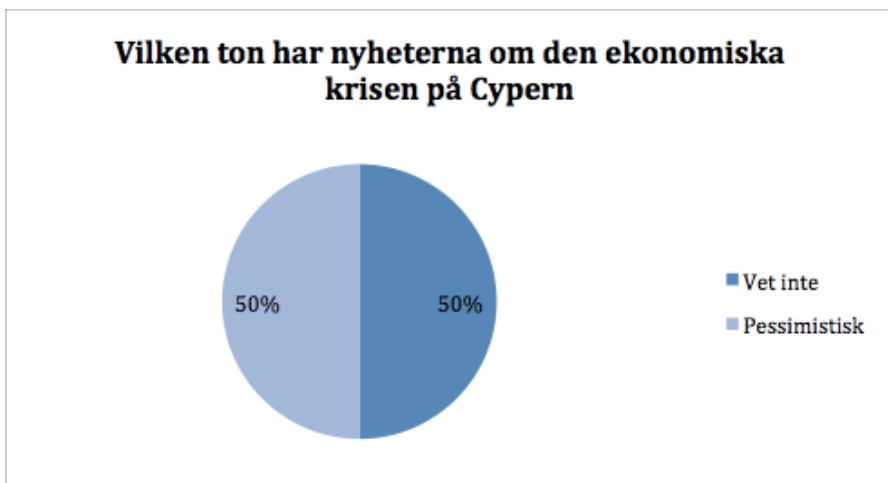


Objektivt 7, (21%)

Partiskt 5, (15%)

Vet inte 21, (64%)

Fråga 14

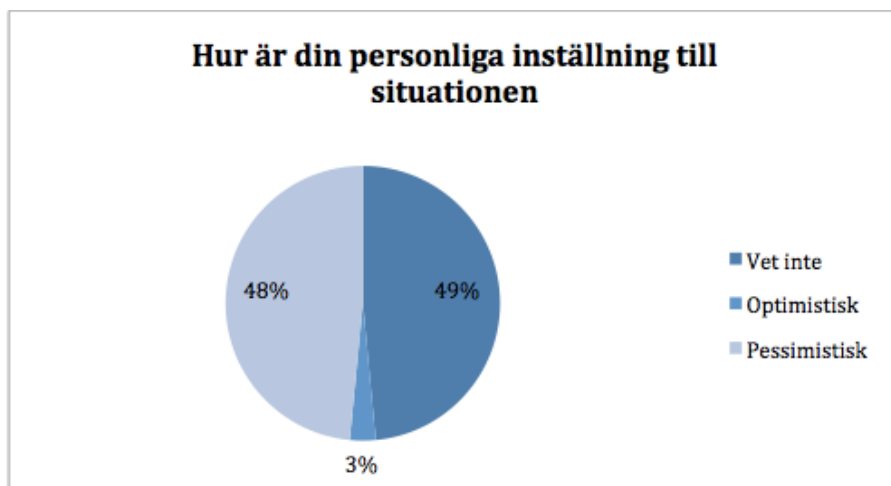


Optimistisk 0, (0%)

Pessimistisk 16, (50%)

Vet inte 16, (50%)

Fråga 15:

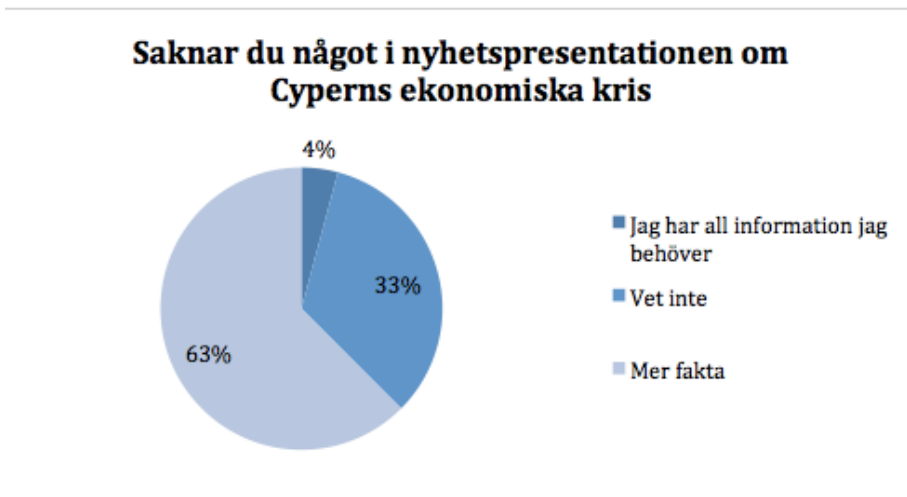


Optimistisk 1, (3%)

Pessimistisk 16, (48%)

Vet inte 16, (49%)

Fråga 16:



Mer fakta 15, (63%)

Mer analyser 0, (0%)

Jag har all information jag behöver 1, (4%)

Vet inte 8, (33%)

## 6. Analys

### 6.1 Den totala populationen

I den första delen av analysavsnittet undersöker vi de samlade resultaten från samtliga 77 enkätsvar. Den allra första frågan i enkäten handlade om respondentens ålder. I svaren finner vi ett åldersspann som sträcker sig från födelseåret 1961-1993. Dock spretar 1961 ganska rejält ifrån genomsnittsålder, då bara en person är född 1961. Likaså är endast en person född 1973 respektive 1980. I spannet 1985-1993 är antalet relativt jämnt fördelat, med toppar vid 1990 och 1992, vilka är de enda ”årgångarna” där antalet respondenter överstiger tiotalet. Sammanfattningsvis går det att konstatera att svaren åldermässigt kan antas representera åldern för den typiske universitetsstudenten, dvs. kring 20-30 år. Det är i just den här ålderskategorin som *Pew Research Center* i sin amerikanska studie har funnit att sociala medier som Facebook och Twitter gått om tidningar och ligger på ungefär samma nivå som TV, när det kommer till nyhetskonsumtion.<sup>47</sup> Vi kommer att återkomma till om det går att finna paralleller i den här studien.

### 6.2 Nyhetskonsumtion

Hur går den undersökta populationen till väga för att konsumera nyheter? Med enkätsvaren till hands går det att se att traditionella metoder för att tillskansa sig dagliga nyheter som papperstidningar (19%) och nyhetsprogram på tv (21%) fortfarande tycks vara ett utbrett och vanligt tillvägagångssätt. Ungefär en fjärdedel (26%) av de tillfrågade läser de traditionella tidningsmediernas webbupplagor. Det går dock att urskilja en tydlig trend väldigt mycket i linje med den hos *Pew Research Center*'s studie<sup>48</sup>, där personer under trettio år använde sig av sociala medier för att uppdatera sig på nyhetsflödet i större utsträckning än de läste papperstidningar och nästan i lika stor utsträckning som de använde sig av tv-nyheterna till samma ändamål. En väldigt tydlig parallell mellan resultaten i *Pew Research Center*'s studie och den här studien visar sig när dessa enkätsvar manifesterar hur 19% konsumerar nyheter genom papperstidningarna, 22% genom sociala medier och 21% genom nyhetsprogram på tv. En liten, men ack så intressant skillnad är att sociala medier i den här studien faktiskt överträffar tv-nyheterna, i kontrast till *Pew Research Center*'s studie. Det rör sig visserligen bara om en procentenhet i en relativt liten undersökningspopulation, men det är likväl tänkvärt eftersom den här studien är ett år nyare och

---

<sup>47</sup> ”In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012”

<sup>48</sup> ”In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012”

därmed också ett år mer aktuell, om man vill uttrycka sig i lite morska ordalag. Oavsett huruvida det rör sig om en effekt av utvecklingen inom mediekonsumtionsmönstret det senaste året eller inte kvarstår faktumet att i den här studiens undersökningsgrupp har sociala medier en minst lika stark position som nyhetskälla som de mer traditionella tidningarna och tv-programmen. De sociala medierna överträffas endast av de stora tidningarnas webbupplagor (26%). Om man däremot tar med de allt mer populära RSS-läsarna<sup>49</sup> (6%) i sammanhanget och likställer de med sociala medier kan sociala medier och RSS-läsare tillsammans både tangeras och t.o.m. med marginell marginal överträffa nyhetssidorna. Anledningen till varför det kan vara motiverat och överhuvudtaget intressant att dra sociala medier och RSS-läsare över en kam är att dessa två varianter av nyhetskonsumention (till skillnad från alla övriga alternativ i den aktuella enkätfrågan) inte utgår ifrån den ursprungskälla som har producerat nyheten. Som en del av utvecklingen mot den mer personligt anpassade nyhetskonsumention<sup>50</sup> och i kombination med de sociala medierna, som har utvecklats till bland de viktigaste infrastrukturerna på nätet<sup>51</sup> existerar dessa numera som en självklar del i det allmänna surfbeteendet och är tveklöst inget apart särintresse. Dessa personligt anpassade tjänster som RSS-läsare och sociala medier refererar i regel oftast bara till de traditionella nyhetsproducenterna (tillika nyhetskällorna) och behöver nödvändigtvis inte vara tydliga i denna hänvisning. En RSS-läsare kan t.ex. nöja sig med att endast visa texten från en annan källa utan att på ett uppenbart vis markera vilken källa det rör sig om. I det här skeendet går det alltså att fastslå att den undersökta populationen i stor utsträckning konsumerar nyheter genom sociala medier och RSS-läsare. Vilket ger en grund till att, med anledning av dessa konsumtionsmetoders tekniska aspekter, ifrågasätta hur medvetna den undersökta gruppen faktiskt är om vilken källa som har producerat nyheten de konsumerar. Det kommer bli aktuellt att utveckla den frågan inom kort, när vi har vägt in näst avsnitt frågor som återfinns i enkäten.

I ett av de inledande avsnitten i enkäten fick respondenterna frågan om hur stor andel av nyheterna de konsumerar som är på engelska. Svaren blev ganska spridda och sträckte sig från 0%-95%. Ett större antal än väntat (7 pers.) konsumerade 0% engelskspråkiga nyheter och få konsumerade över 50% andel nyheter på engelska (totalt 5 pers. i spannet 70-95%). Annars är representationen ganska jämn, bortsett från ett hyfsat frapperande antal som har avgett svaret 0% återfinns en ganska jämn

---

<sup>49</sup> "What Is RSS? RSS Explained" (Hämtad 4 april 2013)  
<http://www.whatisrss.com>

<sup>50</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 16

<sup>51</sup> Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*, sid. 20-22

spridning i nivå mellan 5%-50%. Det enda steg på procentskalan som har avgett över tio svar är 10% (15 pers.). Vanligast är med andra ord att man i den undersökta gruppen konsumerar en mindre del nyheter på engelska. Inte helt sällan upp mot 50% av den totala nyhetskonsumtionen men det är ovanligt att det rör sig om mer än så.

I den del som utgör mitten av enkäten får respondenterna ta ställning till ett antal påståenden och svara på hur väl det överensstämmer med deras person. Det första av dessa påståenden lyder ”Jag håller mig ständigt uppdaterad på nyhetsflödet”. Ingen av de tillfrågade tyckte att de hade väldigt dålig koll på nyhetsflödet och de flesta placerade sig i mitten och på den näst högsta nivån. Den enklaste slutsatsen man kan dra av detta är att undersökningsgruppen generellt tycker att de är ganska uppdaterade på nyhetsflödet eller åtminstone följer med helt okej. Vi har alltså att göra med en grupp som anser sig följa med i aktuella händelser men i genomsnitt inte tycker att de är några direkta auktoriteter inom nyhetsbevakning.

Nästa påstående, ”Jag är medveten om vilken källa som har producerat nyheterna jag läser”, är kanske speciellt intressant för den här studien. Åsikterna om det här påstående liknar till viss del de angående hur uppdaterade på nyhetsflödet de tillfrågade ansåg sig vara. Även här har flest svar hamnat i mitten och på den näst högsta nivån på skalan. Skillnaden är att svaren i övrigt är mer spridda. 15% anser sig vara fullt medvetna om källan som har producerat nyheten medan 12% och 7% upplever att de har liten respektive mycket liten uppfattning om nyhetens ursprungskälla. Det som går att konstatera av de här resultaten är då att uppfattningarna om den egna medvetenheten om nyhetens ursprung även de är spridda, men i de flesta fall är på en medel- eller ganska hög nivå. Det är med andra ord svårt att dra några exakta slutsatser av dessa siffror annat än att den genomsnittlige respondenten i studien anser sig ha en ”medelhög” uppfattning om vilken källa som har producerat nyheterna denne konsumerar. Innan vi drar några vidare slutsatser bör vi titta på de två efterföljande påståendena som är tätt sammanlänkade med det nyss diskuterade.

Enkätens deltagare har fått ta ställning till påståendena ”Jag är insatt i vilken politiska ideologi nyhetsproducenterna har.” och ”Läser jag engelskspråkiga nyheter vet jag vilket land de härstammar från (t.ex. USA eller Storbritannien).”. När det gäller nyhetsproducenternas politiska ideologi är svaren oerhört spridda. Väldigt få (9%) anser sig vara helt medvetna, i övrigt så är åsikterna mycket jämt fördelade över skalan. En peak går att avläsa i mitten av skalan (28%) men det rör sig definitivt inte om någon drastisk avstickare i stapeldiagrammet. En tydligare kurva framträder i

påståendet om engelskspråkiga nyheter. Enkätens deltagare anser sig i största allmänhet ha god koll på de engelskspråkiga nyheternas ursprungsland, 27% instämmer helt med påståendet och hela 36% placerar sig näst högst på skalan. Betydligt färre anser sig ha sämre koll och i resterande punkter på skalan dalar kurvan dramatiskt.

När det gäller de spridda svaren kring nyhetsproducenternas politiska ideologi känns det ganska troligt att tolka det som att respondenternas egna intresse och engagemang för politik kan vara betydelsefullt. I de flesta andra diagram går de att utläsa en tydligare peak, så det känns rimligt att anta att det mycket väl kan vara det politiska i frågan som plötsligt splittrar de tillfrågade. Är man själv mer intresserad av världspolitiska frågor eller har en stark personlig ideologisk övertygelse kan det tyckas troligt att man per automatik blir mer medveten om mediernas politiska och ideologiska tillhörigheter. Om vi sedan går vidare till påståendet om de engelskspråkiga nyheternas ursprungsland så ansåg ju sig många respondenter ha en god uppfattning om detta. Framförallt kan man säga att de som ansåg sig ha bra koll ansåg sig ha riktigt bra koll och de som ansåg sig ha dålig koll tyckte i många fall att de hade riktigt dålig koll. Här är det intressant att gå tillbaka och titta på hur mycket engelskspråkiga nyheter den undersökta gruppen konsumerar. Som bekant fanns det ett antal vars andel engelskspråkiga nyheter i den vardagliga konsumtionen sträckte sig upp mot 50% och i vissa fall t.om. en bit över det. Samtidigt så fanns det en andel som konsumerade mycket lite engelskspråkiga nyheter, ett antal så lite som 0%. Troligtvis är det så att de som konsumerar en betydande andel av sina nyheter på engelska också har en tydlig uppfattning om dess ursprung, kanske har de rent av en specifik engelskspråkig tidning eller tv-kanal som de brukar följa regelbundet. De som konsumerar väldigt lite, kanske så pass lite som 0% engelskspråkiga nyheter till vardags å andra sidan har av naturliga skäl en liten uppfattning av varifrån de som de tar del av egentligen kommer, kanske snappar de upp lite bitar här och där på internet, vilket utgör hela deras engelskspråkiga nyhetskonsumtion. Då är det inte underligt att denna grupp anser sig ha sämre uppfattning om nyhetsproducentens ursprungsland.

Efter att ha tagit med påståendena om engelskspråkiga nyheter och nyhetsproducenternas politiska ideologi är det dags att återkoppla till den tidigare analyserade frågan om respondenternas uppfattning om sin egen medvetenhet gällande nyheternas ursprungskällor. Vi konstaterade tidigare att en stor del av den undersökta gruppen anser sig ha vad man kan kalla en ”medelhög” uppfattning om vilka källor som har producerat nyheterna de konsumerar. Detta överensstämmer inte särskilt bra med den tes som presenterades tidigare i analysavsnittet, att den undersökta gruppens

utpräglade bruk av sociala medier och RSS-läsare i konsumtionen av nyheter skulle resultera i en uppenbart minskad medvetenhet om nyheternas ursprungliga källor. Huruvida respondenternas egen uppfattning om den personliga medvetenheten korrelerar med vilken nivå medvetenheten de facto ligger på går inte att fastställa säkert i den här studien, särskilt om man betänker att medvetenhet i sig kan vara svår att mäta då det i sig självt kräver en medvetenhet om medvetenheten, så att säga. Hur som helst anser sig många av de tillfrågade ha en god uppfattning om vilken källa som har producerat nyheterna de konsumerar, trots att de enligt utsago till väldigt stor del tillskansar sig dessa nyheter genom sociala medier och RSS-läsare, som rent tekniskt gör det svårare att bli varse vem som ligger bakom det publicerade materialet. Med facit i hand och med den ursprungliga tesen kraftigt underminerad känns två förgrenade slutsatser möjliga.

Antingen är tesen om att sociala medier och RSS-läsare gör det svårare för nyhetskonsumenten att identifiera ursprungskällan rent felaktig eller i alla fall omöjlig att skapa belägg för i det material som utgör enkätsvaren. Det betyder i så fall tekniken bakom hur sociala medier och RSS-läsare presenterar nyheterna för konsumenter på något vis lyckas förmedla informationen om vem som har producerat materialet. Om inte uppenbart i så fall åtminstone subtilt men ändå effektivt. Det kan möjligtvis vara så enkelt att nyhetskonsumenterna trots allt får information om ursprungskällan direkt ifrån nyhetsproducenten trots allt, eftersom undersökningar pekar på att sociala medier ännu bara används som komplement till de huvudsakliga nyhetskällorna.<sup>52</sup>

En andra möjlighet tillika slutsats kan ligga i att den undersökta gruppen till stor del utgörs av åldersgruppen 20-30 år gamla universitetsstudenter. Det vill säga en åldersgrupp med ganska unga människor som gissningsvis är bekanta med den moderna tekniken och tillvägagångssättet som rör sociala medier och RSS-läsare. Även den åldersgrupp som i tidigare nämnda studie från *PEW Research Center* bevisligen var de som främst övergivit traditionella medier till förmån för nya.<sup>53</sup> De kan därför vara fullt medvetna om sättet tekniken presenterar materialet och med anledning av detta själva ha utarbetat en rutin i att tillskansa sig information om vem som ligger bakom det de har konsumerat. Hade man undersökt hur en annan åldersgrupp, som inte nödvändigtvis hade behövt vara särskilt mycket äldre, upplever att de kan identifiera avsändaren bakom materialet när de använder sig av samma sort teknik, dvs. sociala medier och RSS-läsare, är det möjligt att

---

<sup>52</sup> "What Facebook and Twitter Means for News", By Mitchell & Rosenstiel

<sup>53</sup> "In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable Trends in News Consumption: 1991-2012"



resultatet hade sett annorlunda ut. För att sammanfatta; resultatet kan ha präglats av att den åldersgrupp som deltagit i studien är så pass bekant med användandet av sociala medier och RSS-läsare att de på egen hand kan ha övervunnit eventuella hinder för att behålla en stark medvetenhet om vilken källa som har producerat nyheterna.

Det sista påståendet i det avsnitt av enkäten som handlar om nyhetskonsumtionsmönster lyder ”Jag delar ofta vidare nyheter via sociala medier.”. Spridningen via sociala medier har blivit en allt viktigare faktor i hur stort genomslag en nyhet får. Att dela vidare en länk som man anser betydelsefull är ett vanligt beteende bland användarna på t.ex. facebook och twitter. De tillfrågade i enkäten som utgör den här studien tycks dock inte följa trenden i att dela nyheter på sociala medier. De allra flesta respondenter (39%) instämde inte alls med påståendet och de flesta övriga svar hamnade på steget strax över det lägsta (22%) samt i mitten av skalan (27%). Endast 7% instämde helt med påståendet och 5% placerade sig näst högt upp på skalan. Deltagarna i enkäten anser sig alltså till största del inte själva ”göra sig skyldiga” till den spridning av nyheter i sociala medier som utgör en viktig förutsättning för det som har blivit en av de bärande beståndsdelarna i den moderna nyhetskonsumtionen.

### **6.3 Cypernkrisen**

Avsnittet om nyhetskonsumtion representerade den första halvan av vad enkäten ville undersöka och utgörs den andra halvan av frågor som rör Cyperns ekonomiska kris och nyhetsrapporteringen kring denna. Den allra första frågan i det här avsnittet ”Har du i din vardagliga nyhetskonsumtion läst om den ekonomiska krisen på Cypern?” etablerar en grundläggande uppfattning om den undersökta gruppen överhuvudtaget har någon relation och generell uppfattning om fråga. Mer än hälften (63%) svarade ja på frågan och 37% svarade nej. En betydande andel av de tillfrågade har alltså tagit del av nyhetsrapporteringen kring ämnet. En hel del svarade också nej på frågan, vilket gör det aktuellt att förtydliga att frågan syftade till att utforska om respondenterna på daglig basis har följt händelseutvecklingen på Cypern genom medierapporteringen. De som svarade nej på frågan är troliga att ha snappat upp olika mängder av händelseförloppet, är kanske inte lika insatta i ämnet men det bör gå att utgå ifrån att de inte på något sätt är ovetande om situationen. Det är värt att påpeka att EU-relaterade frågor ju är på mediernas dagliga agenda men inte lika ofta på den nyhetsläsande allmänhetens agenda.<sup>54</sup> Därför är det troligt att den genomsnittliga

---

<sup>54</sup> Hurrelmann, Gora & Wagner (2013): *The legitimation of the European Union in the news media*, sid. 517

nyhetskonsumenten tar del av rapportering om en kris relaterad till Euro-samarbetet, men inte för den sakens skull ägnar frågan någon närmare reflektion.

Respondenterna ombads även specificera genom vilka nyhetskällor de huvudsakligen tagit del av rapporteringen. De fick fritt nämna ett eller flera exempel som kunde sträcka sig över olika sorters medietyper. Det blev en lång lista med olika exempel som återfinns rangordnade i frekvensordning i uppsatsens resultatavsnitt. Här följer de fem vanligast förekommande svaren:

1. Dagens Nyheter
2. Aftonbladet
3. Tidningar
4. Radio
5. Sydsvenskan

I topp finner vi alltså den stora morgontidningen Dagens Nyheter och den stora kvällstidningen Aftonbladet, följt av det aningen generiska svaret ”Tidningar”. Gissningsvis innebär ”Radio” främst rapporteringen i Sveriges Radios kanaler, en del svar har t.o.m. kommenterat detta med att berömma kvaliteten på SRs rapportering i svarsfältet. Inte långt efter de fem vanligaste svaren följer TV-nyheter och det än mer generiska ”Internet”. I övrigt finner man en stor spridning bland främst svenska nyhetskällor. Bland de utländska källorna är brittiska BBC överlägset mest populär. Det här är ett bra tillfälle att dra sig till minnes den här uppsatsen teoriavsnitt, som gick igenom vissa ideologiska skillnader mellan svenska tidningar. Svenska Dagbladet är t.ex. för ett mellanstatligt EU.<sup>55</sup> ”[EU] är inte och kommer nog aldrig bli en stat”, kommenterar tidningens EU-korrespondent.<sup>56</sup> Dagens Nyheter och Aftonbladet har åsikter som riktar sig mot ett mer postnationellt EU enligt federala principer.<sup>57</sup> Det finns med andra ord stora kontraster, t.o.m. inom det svenska medieklimatet, när det gäller visionen om EU. Skillnader som deltagarna i den här studien kanske inte är medvetna om och som mycket väl kan färga mediernas rapportering om t.ex. Cypernkrisen.

---

<sup>55</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 112

<sup>56</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 113

<sup>57</sup> Conrad, *Between Communication and Community EU Constitution Making*, sid. 118 & 125

Den största merparten av den undersökta gruppen har tagit del av rapporteringen om Cyprenkrisen i sin dagliga nyhetskonsumtion och vi vet ungefär vilka nyhetskällor de vänder sig till. Men hur välinformerade känner de tillfrågade att de är om krisen på Cypern? Endast 1% känner sig mycket välinformerad och även på nästa steg på skalan sällar sig en relativt blygsam skara på 13%. Den stora majoriteten av respondenterna (44%) placerar sig själva i mitten av skalan och känner sig alltså inte överdrivet välinformerade men samtidigt inte dåligt informerade. På skalans två lägsta steg, som slutar på inte alls informerad finner vi 20% respektive 21% av respondenterna. Det är inte en allt för vågad gissning att anta att det kan röra sig om samma 37% som svarade nej på om de hade läst om Cyprenkrisen i sin dagliga nyhetskonsumtion som nu placerar sig på de två lägsta stegen på skalan. De två översta stegen, som totalt utgörs av 14% av de tillfrågade, kan nog antas tillhöra de 63% som hade tagit del av cyprenrapporteringen i sin dagliga nyhetskonsumtion. Den stora andel som har placerat sig i mitten av skalan kan mycket väl bestå av blandning av dessa ja- och nej-sägare från den första frågan om Cypern. Det går ju givetvis inte att utläsa i någon sorts exakthet med hjälp av de här diagrammen, men man kan ändå säga att det är mycket troligt att både de som dagligen har tagit del av rapporteringen om cyprenkrisen och de som har tagit del av den mer sporadiskt möts och bebländar sig i den här frågan. Det lämnar oss alltså med frågan om vilken betydelse nyhetskonsumtionen egentligen har för hur välinformerad och insatt den undersökta gruppen känner sig om situationen.

Med dessa frågor och svar har grundläggande byggstenar lagts för studiens nästkommande del. Respondenterna fick frågan ”Hur tycker du att Cyperns ekonomiska kris har framställts i nyhetsmedia?” och ett mycket påfallande antal (71%) valde alternativet ”Vet inte”. I övrigt tyckte 19% att krisen framställts på ett objektivt vis och 10% att den framställts partiskt. Det mest iögonfallande här är den stora andel som inte anser sig ha någon uppfattning alls, dvs. de som har svarat ”Vet inte”. Vi återkommer till detta efter att först ha gått igenom de två efterföljande frågorna.

Respondenterna fick svara på frågorna ”Vilken ton har nyheterna om den ekonomiska krisen på Cypern?” och ”Hur är din personliga inställning till situationen?”. Till båda frågorna gick det att välja mellan tre svarsalternativ: ”Optimistisk”, ”Pessimistisk” och ”Vet inte”. På frågan om nyheternas ton tyckte ingen alls (0%) att den var optimistisk, desto fler (64%) ansåg att det handlade om en pessimistisk ton och 36% svarade ”Vet inte”. På frågan om den personliga

inställningen till situationen svarade några stycken (7%) att den var optimistisk, 42% att den var pessimistisk och 51% svarade ”Vet inte”. En första observation av de här resultaten är att respondenternas personliga inställning till stor del följer den linje som är deras uppfattning om den mediella tonen, med vissa avvikelser åt båda hållen inom de optimistiska och pessimistiska åsiktsalternativen. Det kan ju anses rimligt och väntat att människor färgas av den åsikt de uppfattar att massmedia rapporterar.

Vad som är en mer intressant iakttagelse är att följa ”Vet inte-alternativet”. I frågan om hur Cyperns ekonomiska kris framställs i nyhetsmedia finner vi att en oerhört stor andel av respondenterna (71%) har svarat ”Vet inte”. I frågan om vilken ton nyheterna om krisen har är andelen ”Vet inte” också hyfsat stor (36%) och i relation till det växer ”Vet inte-siffran” i respondenternas personliga inställning till krisen till 51%. De respondenter som har en konkret åsikt tycker generellt som de uppfattar att medierna tycker och det är knappast något häpnadsväckande faktum och inte särskilt intressant att diskutera vidare. Den röda tråd som är att de tillfrågade i väldigt stor utsträckning inte tar någon ställning i frågan är mer intressant att nysta i. 63% av den undersökta gruppen hävdar att de följer utvecklingen i Cyperns ekonomiska kris i sin dagliga nyhetskonsumtion men är trots det inte villiga att ta ställning till om de är optimistisk eller pessimistiskt inställda till situationen. I den tidigare delen av enkäten som undersökta gruppens nyhetskonsumtion ansåg sig respondenterna generellt ha en god medvetenhet om vilka nyhetskällor som producerade nyheterna de konsumerade och vad dessa källor stod för, även politiskt. Den undersökta gruppen är alltså väl medvetna om nyhetskällan som informerar dem om Cyperns ekonomiska kris, samtidigt tycks de själv i stor utsträckning var tämligen oförmögna att själva ta ställning eller utfärda en egen analys av situationen.

En möjlig slutsats att dra av det här är att eftersom den undersökta gruppen anser sig ha mycket god medvetenhet om källorna som har producerat nyheterna de konsumerar så har de som en effekt av detta också ett väldigt stort förtroende för dessa nyhetskällor. Kanske ett så stort förtroende att det eventuellt kan finnas fog för att överväga om man bör kalla det för ett blint och icke-ifrågasättande förtroende. Antingen har de tillfrågade egna åsikter som överensstämmer med de hos deras mediepreferenser eller så har de ingen åsikt alls och svarar ”Vet inte” på direkt frågor som kräver denna åsikt. Enligt den tesen som drivs här blir en åsikt onödig eftersom de, i och med sitt stora förtroende för de föredragna nyhetskällorna, enkelt uttryckt köper rakt av vad dessa nyhetskällor rapporterar.

Den sista frågan i enkäten lyder ”Saknar du något i nyhetspresentationen om Cyperns ekonomiska kris?”. De största andelen (41%) svarade att de efterfrågade ”Mer fakta”, näst flest (31%) svarade ”Vet inte”, 20% ville ha ”Mer analyser” och ett fåtal (8%) ansåg sig all information de behövde. Om vi bortser från alternativet ”Vet inte” här, eftersom det är svårt att tolka i sammanhanget, så vill de flesta ha mer fakta, vilket kan tydas som att de antingen efterfrågar mer konkreta och faktamässiga nyheter eller helt enkelt ett större antal nyheter och därmed mer fakta om situationen. Ett ganska litet antal vill ha mer analyser, vilket kan tolkas som att det kanske bland dessa respondenter finns ett djupare intresse att förstå situationen, då man kanske till skillnad från den största andelen anser sig ha tillräckligt med fakta. Mycket få anser sig ha all information de behöver och dessa 8% är måhända ganska ointresserade av frågan i allmänhet eller helt enkelt rent av extremt nöjda med nyhetsrapporteringen kring den.

#### **6.4 Jämförelse: Grundkursen i Engelska & Kandidatprogrammet i Journalistik**

Hittills har vi bara tittat på hela den undersökta populationen och det är även det som utgör den viktiga och bärande delen av studien. Dock är undersökningen utförd på ett antal olika grundutbildningar på universitetet, så som avslutning på analysavsnittet kan det vara intressant att kortfattat jämföra två av dessa utbildningar sinsemellan. Det rör sig om Grundkursen i Engelska vid Lunds universitet som man kan låta representera typiska nyhetskonsumenter som kanske dessutom är lite extra troliga att konsumera en del engelskspråkiga nyheter. Den andra är Kandidatprogrammet i Journalistik vid Göteborgs universitet som kan få representera troliga höginstensiva nyhetskonsumenter och dessutom eventuella framtida nyhetsproducenter. Det handlar om relativt små grupper, respektive utbildning har bidragit med 35 enkätsvar vardera, så det bör anmärkas att det här rör sig om en mer kuriosaartad jämförelse med syfte att öppna upp för diskussion och reflektion.

En av de mest analyserade frågorna i uppsatsen är påståendet ”Jag är medveten om vilken källa som har producerat nyheterna jag läser.”. I svaren på det här påståendet anser sig journaliststudenterna i högre grad vara medvetna än engelskstudenterna. På det högsta steget på skalan placerar sig 18% av journaliststudenterna och 9% av engelskstudenterna, på det nästa högsta steget rör det sig om 47% respektive 26%.

Ett annat påstående där journaliststudenterna placerar sig högre upp på skalan än engelskstudenterna är ”Jag delar ofta vidare nyheter via sociala medier.”. Omkring hälften av engelskstudenterna (47%) menar att de aldrig delar vidare nyheter via sociala medier, medan 41% av journaliststudenterna placerar sig i mitten av skalan, vilket betyder att påstående till viss del stämmer in på dem. En relevant kommentar i sken av det här är att de som förväntas producera nyheter i framtiden, dvs. journaliststudenterna, med råge är mer benägna att sprida nyheter privat på sociala medier än engelskstudenterna.

Från den del som behandlar nyhetskonsumention i allmänhet rör vi oss med tvära kast till fråga 13 ”Hur tycker du Cyperns ekonomiska kris har framställts i nyhetsmedia?”. Här märker man något fascinerande i enkätsvaren. Engelskstudenterna har relativt klara åsikter, 21% svarade ”Objektivt”, 73% ”Partiskt” och bara 6% svarade ”Vet inte”. Journaliststudenterna är mindre tydliga i sina svar, 21% svarade även här ”Objektivt”, men bara 15% ”Partiskt” och hela 64% svarade ”Vet inte”. Frågan är vad denna skillnad kan bero på? Kan det kanske vara så att journaliststudenterna exponerar sig i större utsträckning för mediernas inflytande och därför enligt den tes som presenterades tidigare blir obeslutsamma eftersom de har så stort förtroende i att medierna ska tycka åt dem? Eller kan det möjligtvis bero på att engelskstudenterna i större utsträckning har tagit del av engelskspråkiga nyhetskällor som kanske är färgstarkare i sina åsikter kring Cypernkrisen? Dessa frågor går inte att besvara i den här studien, men skillnaderna mellan grupperna går att konstatera och fundera över.

## 7. Slutsatser

Till grund för studien låg en på egen hand utformad enkätundersökning. Enkäten utformades i *Google Forms* och fick därmed ett webbaserat gränssnitt som kunde skickas ut via mejl. Enkäten genomfördes på 77 studenter från Grundkurserna i Engelska och Medie- och kommunikation vid Lunds universitet, samt på Kandidatprogrammet i Journalistik vid Göteborgs universitet. Enkäten bestod av fyra delar: ett ”Om dig-avsnitt” som tog reda på ålder och utbildning hos respondenterna, frågor om respondenternas allmänna nyhetskonsumtion, frågor i form av påståenden angående respondenternas medvetenhet om den egna nyhetskonsumtionen och frågor om nyhetsrapporteringen kring den ekonomiska krisen på Cypern. I uppsatsens resultatavsnitt presenterades enkätsvaren ackompanjerat av relevanta siffror och diagram.

I analysavsnittet tillämpas teoretiska grunder på resultatet som underlag för diskussion kring den insamlade datan. Den undersökta populationen ansåg sig generellt ha en ”medelhög” uppfattning om vilka källor som producerat nyheterna de konsumerar. Det går dock av förklarliga skäl inte av den här studien avgöra huruvida respondenternas egen uppfattning om medvetenhet om nyheternas ursprungskällor stämmer överens med verkligheten. Särskilt eftersom medvetenhet i sig är svårt att mäta. Respondenternas enligt utsago goda uppfattning om nyheternas källor ställs dessutom i konflikt med uppsatsen grundtes om att det utbredda användandet av sociala medier och RSS-läsare i nyhetskonsumtionen (som även konfirmeras i studien) skulle minska medvetenheten om källan. Två möjliga förklaringar ges till denna konflikt: antingen är tesen felaktig och sociala medier och RSS-läsare lyckas på något subtilt vis förmedla tillräcklig information om ursprungskällan, eller så går respondenterna, som främst befinner sig i åldersgruppen 20-30 år, att placera i en kategori som är så pass bekanta med användandet av modern teknik att den inte utgör ett hinder för deras medvetenhet om källan.

I frågan om den undersökta gruppens relation till Cypernkrisen ter sig en möjlig slutsats vara att denna grupp som ju bevisligen anser sig ha god medvetenhet om nyheternas ursprungskällor därmed också i effekt av detta har en väldigt stor tilltro till dessa ursprungskällor. Det här är baserat på att en stor del av respondenterna har angivit i enkäten att de har tagit del av rapporteringen kring Cypernkrisen med inte har någon egen åsikt om huruvida situationen känns optimistisk eller pessimistisk. De anser sig ha god medvetenhet om de ursprungliga nyhetsproducenterna, har tagit

del av rapporteringen kring Cypernkrisen men kan inte ge uttryck för en egen analys av situationen. Därmed tycks det möjligt att de överlåter den uppgiften åt de föredragna nyhetskällorna.

Analysen avslutas med en jämförelse mellan Engelskstudenterna och Journaliststudenternas enkätsvar. Där står det klart att Journaliststudenterna är mer benägna att sprida nyheter vidare än Engelskstudenterna, medan Engelskstudenterna i sin tur har mer utpräglade och färgstarka åsikter om Cypernkrisen än Journaliststudenterna.

### **7.1 Diskussion kring forskningens giltighet**

Studien bygger på en helt ny och egen utförd enkät och stor vikt har lagts på att enkäten ska vara helt anonym men ändå tydlig i den insamlade datan. Resultaten är nogt hopräknade och sammanställda i sin helhet. Uppsatsens resultatavsnitt bör därför vara svårt att ifrågasätta, då det är direkta resultat av en enkätundersökning utförd enligt etablerade vetenskapliga principer.

Analysavsnittet som syftar till att diskutera och analysera dessa resultat blottar en större risk att bli ifrågasatt i och med att det är just vad det utgör sig för att vara – en reflekterande diskussion och analys kring källmaterialet som därför blir spekulativt i sin natur. Analysen hämtar i största möjliga utsträckning stöd i uppsatsen teoretiska grund och andra externa källor, men i vissa fall utgår diskussionen helt från enkätmaterialet i ett försök att tolka detta. Det det rör sig om en studie speciellt utformad för den här uppsatsen finns det inga källor som kan underbygga dessa delar av analysen.

### **7.2 Förslag på vidare forskning**

Under arbetet med enkätundersökningen och bearbetningen av dess resultat framgick det att även om den fyllde sitt syfte i att mäta respondenternas egen uppfattning om hur medvetna de anser sig vara om nyheternas ursprungskälla har den inte möjlighet att mäta den faktiska medvetenheten. Detta skulle troligtvis kräva teknisk mätutrustning i form av t.ex. mjukvara som aktivt under en längre period undersöker människors internetvanor och beteende och samtidigt löpande samlar in information på hur medvetna de faktiskt är om vem som har producerat materialet de tar del av.



## 8. Källförteckning

### Hemsidor:

"What Is RSS? RSS Explained" (Hämtad 4 april 2013)

<http://www.whatisrss.com>

Surveymonkey hemsida (Hämtad 9 april 2013)

<http://sv.surveymonkey.com>

Google Forms: Instruktioner (Hämtad 11 april 2013)

<http://support.google.com/drive/bin/answer.py?hl=en&answer=87809>

"Media law: History of the free press", Journalism Ethics for the global citizen (Hämtad 19 april, 2013)

[http://www.journalismethics.info/media\\_law/history\\_of\\_free\\_press.htm](http://www.journalismethics.info/media_law/history_of_free_press.htm)

Nationalencyklopedin, Uppslagsord: "Likertskala"

<http://www.ne.se/likertskala>

"In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable

Trends in News Consumption: 1991-2012", Pew Research Center for the People & the Press

(Hämtad 10 april 2013) <http://www.people-press.org/2012/09/27/in-changing-news-landscape-even-television-is-vulnerable/>

"What Facebook and Twitter Means for News", By Amy Mitchell & Tom Rosenstiel of PEJ, and

Leah Christian of the Pew Research Center (Hämtad 15 maj 2013) [http://stateofthedia.org/2012/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/what-facebook-and-](http://stateofthedia.org/2012/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/what-facebook-and-twitter-mean-for-news/)

[twitter-mean-for-news/](http://stateofthedia.org/2012/mobile-devices-and-news-consumption-some-good-signs-for-journalism/what-facebook-and-twitter-mean-for-news/)

### Litteratur:

Mitchell Stephens, *A History of News* (Harcourt Brace & Company, 1997)

Maximilian Conrad, *Between Communication and Community*

*EU Constitution Making, a European Public Sphere and the (Un-)Likelihood of Transnational Debate (Department of Political Science Lund University, Sweden, 2009)*

Jan Trost, *Enkätboken* (Studentlitteratur, Lund, 2001)

Kevin G. Banhurst, John Nerone. *The Form of News*, (The Guilford Press, 2001)

**Rapporter:**

Achim Hurrelmann , Anna Gora & Andrea Wagner (2013): *The legitimation of the European Union in the news media: three treaty reform debates*, Journal of European Public Policy, 20:4, 515-534  
<http://dx.doi.org/10.1080/13501763.2012.726478>

Martin Gleissner and Claes H. de Vreese (2005): *News about the EU Constitution : Journalistic challenges and media portrayal of the European Union Constitution*, Journalism 2005 6: 221  
DOI: 10.1177/1464884905051010 <http://jou.sagepub.com/content/6/2/221>

David Morgan (1995): *British Media and European Union News : The Brussels News Beat and its Problems*, European Journal of Communication 1995 10: 321 DOI:  
10.1177/0267323195010003002 <http://ejc.sagepub.com/content/10/3/321>

Phelan, Owen; McCarthy, Kevin; Smyth, Barry (2009-10), *Using Twitter to recommend real-time topical news*, ACM  
<http://doi.acm.org/10.1145/1639714.1639794>

**Presentationer:**

Rainie, Lee. *How Media Consumption Has Changed Since 2000*. (Hämtad 20 maj 2013)  
<http://web.pewinternet.org/~media/Files/Presentations/2010/Jun/2010%20-%20062410%20-%20syracuse%20newhouse%20MOB%20conf%20NYC%20pdf.pdf>

**Podcaster:**

Mattsson & Helin Podcast, Avsnitt 4  
<https://itunes.apple.com/se/podcast/mattsson-helin-podcast/id638669419>