

Lena Sæternes

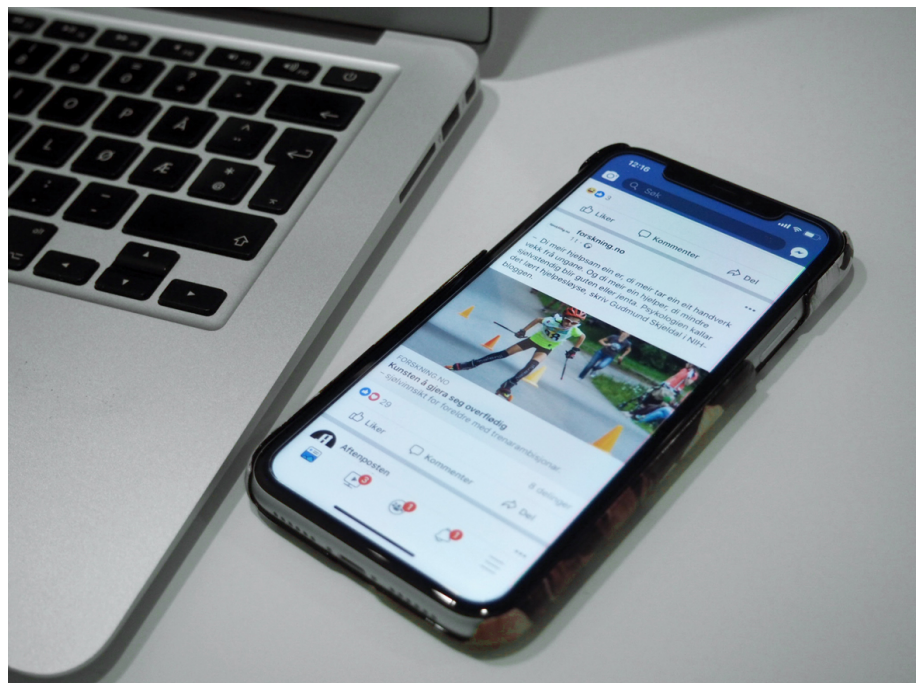
## Forskningsnyheter i det nye medielandskapet

En kvalitativ undersøkelse om hvordan unge voksne ønsker å bli oppdatert på forskningsnyheter i nettaviser og på sosiale medier

Masteroppgave i medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi

Veileder: Hendrik Storstein Spilker

Januar 2019





Lena Sæternes

## Forskningsnyheter i det nye medielandskapet

En kvalitativ undersøkelse om hvordan unge voksne  
ønsker å bli oppdatert på forskningsnyheter i  
nettaviser og på sosiale medier

Masteroppgave i medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi  
Veileder: Hendrik Storstein Spilker  
Januar 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for sosiologi og statsvitenskap





## **Abstract**

This master thesis is a qualitative study of how young adults use online newspapers, social media, mobile phones and computers to be updated on science news, and how they want science news to be presented, either as text, pictures, video, sound, or a combination of these media forms. The results of this master thesis shows that different media platforms are used in different ways and the busyness of the young adults everyday life has an impact on how they get updated on science news. I identified two types of newsreaders based on the situation and environment they are in when they update themselves on science news. These two types of newsreaders are *the busy newsreader* and *the concentrated newsreader*. The busy newsreaders use Facebook on their mobile phone to quickly become updated on the latest science news. A characteristic of the busy newsreader is that they scroll passively on Facebook and read the science news that the algorithm present for them. These newsreaders want short content, mostly in the form of a text with a picture that captivates their attention. The concentrated newsreaders use their computer to become informed about the latest science news on online newspapers and Youtube. A characteristic of the concentrated newsreader is that they actively search for science news to be informed. This newsreader wants longer content, either in the form of a long text with illustrating pictures or an informative video. To illustrate how the preference of science news varies depending on the media platform and how the science news is presented I made a model called *The Presentation Model*.



## **Forord**

Denne oppgaven markerer slutten på en fantastisk og lærerik studietid ved NTNU i Trondheim. Jeg vil rette en stor takk til min veileder Hendrik Spilker for god veiledning gjennom oppgaven. En stor takk går også til mine foreldre som har støttet, hjulpet og oppmuntret meg gjennom hele studietiden. Det har betydd mer enn dere aner! Samtidig vil jeg takke alle medstudenter og venner som har gjort tiden ved NTNU til en fin og spesiell tid i livet mitt.

Trondheim, januar 2019

Lena Sæternes



# Innholdsfortegnelse

<b>1 Innledning</b> .....	3
1.1 Tema og problemstilling .....	3
1.2 Oppgavens oppbygging .....	4
<b>2 Teori</b> .....	5
2.1 Nyhetenes rolle i samfunnet .....	6
2.2 Medieformer i digitale kanaler .....	8
2.3 Mediebruk .....	11
<b>3 Metode</b> .....	16
3.1 Innsamling og behandling av datamaterialet .....	16
3.1.1 Forskningsdesign.....	17
3.1.2 Intervjuguide .....	17
3.1.3 Utvalg.....	19
3.1.4 Informantene .....	20
3.1.5 Gjennomføring av intervju .....	20
3.1.6 Transkribering, kategorisering og analyse.....	22
3.1.7 Forskningsetikk og vurderinger.....	23
3.2 Vurdering av datamaterialet .....	24
3.2.1 Pålitelighet .....	24
3.2.2 Gyldighet.....	25
3.2.3 Generaliserbarhet .....	26
<b>4 Mediebruk og nyhetslesing</b> .....	27
4.1 Nyhetsinteresse og behov .....	27
4.1.1 De vitebegjærlige .....	28
4.1.2 Samfunnsborgerne.....	28
4.1.3 De faginteresserte.....	30
4.2 Passive skrollere og aktive søkere .....	32
4.2.1 Passive skrollere.....	32
4.2.2 Aktive søkere .....	35
4.3 Situasjoner og mediebruk .....	38
4.3.1 De travle nyhetsleserne .....	39
4.3.2 De konsentrerte nyhetsleserne .....	41

4.4 Oppsummering .....	43
<b>5 Form og presentasjon</b> .....	<b>45</b>
5.1 Tekst: «Jeg er veldig glad i tekst fordi det står stille. Det går ikke i fra deg» .....	45
5.2 Bilde: Et bilde skal fortelle noe man ikke kan si like lett med ord .....	50
5.3 Video: «Hvis det er en video på fem minutter så må du bruke fem minutter» .....	52
5.4 Lyd: «Det krever litt for mye oppmerksomhet i litt for lang tid» .....	55
5.5 Oppsummering .....	57
<b>6 Konklusjon</b> .....	<b>59</b>
6.1 Hovedfunn.....	59
6.2 Presentasjonsmodellen .....	62
6.3 Videre forskning.....	63
<b>7 Litteraturliste</b> .....	<b>64</b>
<b>8 Vedlegg</b> .....	<b>65</b>
8.1 Intervjuguide .....	65
8.2 Informasjonsskriv.....	70
8.3 Godkjenning fra NSD.....	71

# 1 Innledning

## 1.1 Tema og problemstilling

*«Formålet til en forskningsjournalist er å gjengi den svært detaljerte, spesifiserte og ofte fagtung informasjonen som produseres av forskere i en form som ikke-forskere kan forstå og like, samtidig som de kommuniserer informasjonen presist.»*

Dette skriver Nina Kristansen og Ingrid Splide i boken *Forskningsjournalistikk* om hva forskningsjournalistikk kan beskrives som og legger til at forskningsjournalister ikke skriver for forskningen, slik en kommunikasjonsrådgiver ville gjort, men om forskningen og for leserne. De forteller videre at forskningsjournalistene sin oppgave er å få ut den generelle fagkompetansen til forskere slik at de kan kommentere samfunnsbegivenheter samt å bringe fagstoff ut til publikum på en forståelig måte (2015:12-13). Men hvorfor er forskningsnyheter viktig?

For å være en fullverdig samfunnsborger må man være orientert og oppdatert om hva som foregår i nærområdet, samfunnet og verden. Nyhetsleverandører sitt samfunnsoppdrag er derfor å oppdatere folk om hva som skjer i samfunnet. I det moderne samfunnet vi lever i er forskning en av hovedfaktorene som driver samfunnet fremover. Nyheter om og gjennombrudd innen ulike forskningsfelt har derfor allmenn interesse og er viktig for nyhetsleverandører å nå ut med.

Medielandskapet har endret seg etter kommersialiseringen av internett og folk bruker stadig mindre tid på tradisjonelle medier og mer tid på internett, inkludert nettaviser og sosiale medier (Statistisk sentralbyrå, 2018). Spesielt unge voksne preger det nye medielandskapet da de har vokst opp med internett, datamaskiner, mobiltelefoner og sosiale medier, og er de blant dem som bruker disse teknologiene mest og legger derfor føringer for hvordan teknologien blir tatt i bruk i hverdagen (Aalen, 2013:21). Denne gruppen er også de som bruker mest tid på internett, spesielt sosiale medier (Ipsos, 2018). Nyhetslesing er også en del av denne mediebruken (Nordiske Mediedager, 2018). Så hvordan skal nyhetsleverandører nå ut med forskningsnyheter der unge voksne er i dagens medielandskap på en måte som både er forståelig og interessant?

For å finne ut av dette har jeg to problemstillinger til denne undersøkelsen. Den første problemstillingen går ut på å undersøke *hvordan unge voksne tar i bruk nettaviser og sosiale medier til å oppdatere seg på forskningsnyheter*, både ved å kartlegge deres vaner og bruk av mobiltelefon, datamaskin, nettaviser og ulike sosiale medier til å oppdatere seg på

forskningsnyheter. Den andre problemstillingen går ut på å *kartlegge hvilke preferanser unge voksne har for hvilken form forskningsnyheter skal presenteres i (tekst, bilde, video, lyd eller en kombinasjon)*.

Jeg skal ta i bruk en teori om *brukssjangre* av Maria Bakardjieva (2005) og en teori kalt *affordance* av Don Norman (2013) for å undersøke nærmere hva som legger føringer for hvordan teknologi, som i denne undersøkelsen er nettaviser, sosiale medier, mobiltelefon og datamaskin, brukes til å oppdatere seg på forskningsnyheter. Teorien om *affordance* hevder at det er designet til en teknologi som legger føringer for hvordan en teknologi blir tatt i bruk, mens *brukssjangre* hevder at hvordan en teknologi blir tatt i bruk blir bestemt av folk sine vaner og normer samt at *brukssjangre* er dynamisk og endrer seg over tid.

Unge voksne er en bred kategori, så for å snevre inn utvalget ytterligere skal jeg fokusere på studenter i tyveårene. Grunnen til at studenter blir utvalget er på grunn av en teori av Charles Percy Snow (2006) som hevder at studenter er delt inn i to ulike grupper som han kaller «de to kulturer». Teorien går ut på at studenter som studerer naturvitenskapelige studier både handler og tenker annerledes enn de som studerer samfunnsvitenskapelige studier. Dette ønsker jeg å undersøke nærmere og se om naturvitenskapelige studenter leser andre typer forskningsnyheter, bruker medier annerledes eller foretrekker ulike medieformer som forskningsnyheter skal bli presentert i enn hva samfunnsvitenskapelige studenter gjør. Underproblemstillingen til denne undersøkelsen blir dermed å *undersøke om det er noen forskjell på de naturvitenskapelige og de samfunnsvitenskapelige studentene*, og finne ut om studieretningen deres legger noen føringer for hvilke forskningsnyheter de leser og hvordan de oppdaterer seg på slike nyheter.

For å finne svar på problemstillingene har jeg benyttet kvalitative dybdeintervju, da undersøkelsen krever å få innsikt i informantene sin livsverden knyttet til deres meninger, vaner og preferanser. 8 informanter har blitt intervjuet, og for å finne svar på underproblemstillingen basert på Snow sin teori om de to kulturer har jeg delt informantene i to grupper hvor halvparten er naturvitenskapelige studenter og den andre halvparten er samfunnsvitenskapelige studenter.

## **1.2 Oppgavens oppbygging**

I kapittel 2 gjør jeg rede for sentrale teorier som skal bli benyttet i analysekapitlene. De sentrale teoriene tar for seg hvordan folk og teknologi legger føringer for mediebruk, nyhetenes rolle i samfunnet, ulike nyhetslesere, medieformer på internett, samt Snow (2006) sin teori om de to kulturer.

I kapittel 3 gjør jeg rede for de metodiske valgene jeg har tatt for denne undersøkelsen. Dette kapittelet er basert på teorier om intervjuteknikk og kvalitative forskningsmetoder for å sikre god forskningsetikk samt at undersøkelsen får så høy grad av validitet, reliabilitet og



generaliserbarhet som mulig. Her blir undersøkelsen gjort rede for og informantene blir presentert i tabeller.

Kapittel 4 og 5 er analysekapitlene. De er delt opp i to kapitler der kapittel 4 svarer på første problemstilling om mediebruk og kapittel 5 svarer på den andre problemstillingen om medieform.

I analysekapittel 4 kartlegger jeg informantenes mediebruk og undersøker hvordan deres bruk av nettaviser, sosiale medier, mobiltelefon og datamaskin i ulike situasjoner legger føringer for hvordan informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter. Med utgangspunkt i empirien identifiserte jeg to typer nyhetslesere med ulik mediebruk når de skal oppdatere seg på forskningsnyheter, henholdsvis *travel nyhetslesere* som *passive skrollere* og *konsentrerte nyhetslesere* som *aktive søkere*.

I analysekapittel 5 undersøker jeg preferansene informantene har når det gjelder hvilken form (tekst, bilde, lyd, video) de ønsker å få forskningsnyhetene presentert i de ulike kanalene, som er nettaviser og ulike sosiale medier. Her vil vi se at de ulike nyhetsleserne ønsker ulikt innhold i ulike kanaler, noe som forklares ut i fra teorien om *statiske modi* og *dynamiske modi* av Anders Fagerjord (2006).

I det avsluttende kapittel 6 skal jeg gi en sammenfatning av undersøkelsen samt trekke ut og diskutere hovedfunnene. Her lanserer jeg en modell jeg har kalt *presentasjonsmodellen* som viser frem de viktigste dimensjonene i mulighetsrommet for presentering av forskningsnyheter og vil bli diskutert i forhold til teoriene av det empiriske materialet.

## 2 Teori

I dette kapittelet skal jeg presentere teori og tidligere forskning knyttet til nyhetslesing og rollen nyheter har i samfunnet, ulike medieformer i digitale kanaler, samt hvordan teknologi og folk legger føringer for bruken av teknologi. Teoriene som blir benyttet i dette kapittelet er tatt i bruk for å belyse empirien i denne undersøkelsen og for å svare på problemstillingene.

Underkapittel 2.1 handler om nyhetenes rolle i samfunnet og teoriene herfra skal brukes i kapittel 4 til å besvare hvilken funksjon forskningsnyheter har for informantene og for å belyse hvilke ulike typer nyhetslesere som finnes og hva som karakteriserer disse.

Underkapittel 2.2 handler om ulike medieformer og dets egenskaper, og dette skal brukes i kapittel 5 for å forklare hvorfor informantene foretrekker ulike medieformer i ulike kanaler når de oppdaterer seg på forskningsnyheter.

Underkapittel 2.3 handler om hvordan både teknologi og folk legger føringer for hvordan teknologi blir tatt i bruk, og skal hovedsakelig brukes i kapittel 4 for å forklare hvorfor informantene bruker ulike kanaler på ulike måter og hvordan dette legger føringer for hvor og hvordan de oppdaterer seg på ulike forskningsnyheter på nettaviser og i sosiale medier.

## 2.1 Nyhetenes rolle i samfunnet

Det er et demokratisk ideal at samfunnsborgerne er informerte og oppdaterte på nyheter (Aalberg & Elvestad, 2012:80). I det moderne samfunnet vi lever i er både arbeidsoppgaver og roller mer spesialiserte, og som følger av dette er samfunnsborgerne blitt mer splittet fra hverandre enn tidligere. I mediasosiologien er det et funksjonalistisk perspektiv som påpeker at nyheter kan ha en samlende funksjon, altså fungere som et «lim», i et splittet samfunn (Aalberg & Elvestad, 2012:57). Ved å få med seg de samme nyhetene i nyhetsbildet kan samfunnsborgerne få en fellesskapsfølelse.

Det kan være flere grunner til at folk ønsker å få med seg nyheter, og derfor skal jeg undersøke om informantene i denne undersøkelsen føler behov for å oppdatere seg på nyheter basert på å føle en fellesskapsfølelse og å være en informert og oppdatert samfunnsborger, samt se om det også er andre behov som styrer behovet for å være oppdatert på forskningsnyheter.

Jeg skal også undersøke til hvilken grad nyheter i digitale kanaler kan fungere som et «lim», da oppdatering i ulike digitale kanaler, oppdatering fra ulike kilder og algoritmer som viser ulikt innhold til ulike brukere kan gjøre at man får tilgang på ulikt nyhetsinnhold og ikke nødvendigvis får et helhetlig nyhetsbilde. Derfor skal jeg se på om informantene i denne undersøkelsen er klar over om de får et helhetlig nyhetsbilde, altså at de får med seg de samme nyhetene som de fleste andre gjør, og hva de eventuelt aktivt gjør for å forsikre seg å få et så helhetlig nyhetsbilde som mulig.

I det moderne samfunnet vi lever i er kulturen vår preget av en travel og digital hverdag, og Martin Engebretsen mener at dette påvirker nyhetsvanene til folk. Han har forsket på hvordan nordmenn leser nyheter på internett og forklarer at det finnes ulike type nyhetslesere, henholdsvis det han kaller *samfunnsmedlem*, *nyhetsleser*, *nettbruker* og *skjermleser* (Engebretsen, 2013:73).

Hverdagen til et *samfunnsmedlem* er travel, noe som gjør at de vil bruke tiden sin effektivt også når det gjelder mediebruk og nyhetslesing. Disse er også skeptiske, hvor de er klar over at nyheter kun viser visse utsnitt av virkeligheten og sannheten.

Som *nyhetsleser* er de på jakt etter aktualitet og forståelse. Engebretsen sier at de har ulike behov, blant annet at de ønsker underholdning og tidsfordriv, søker en bekreftelse på at verden ser relativt lik ut som den gjorde i går, søker en følelse av tilhørighet ved å se nyheter

om mennesker som lever ganske likt som seg selv, dog først og fremst søker de informasjon om hva som har skjedd i det siste i sine nære og fjerne omgivelser.

Som *nettbruker* er de surfende og søkende, som er to ulike måter å lese nyheter på. Surfende i den forstand at de navigerer seg assosiativt rundt på en nettside for å se om noe interessant dukker opp. Søkende ved at de ønsker svar på mer eller mindre konkrete spørsmål, og i en undersøkelse Engebretsen gjorde kalt *Nettavisen og brukerne* fant han ut at 80 prosent av disse informantene følte at de fikk for lite informasjon av hver enkelt nyhetssak og at de foretrekker et bredt og oversiktlig tilbud av relevant informasjon (Engebretsen, 2013:77).

Som *skjermleser* er de utforskende og skumlesende. Ved å lese nyheter på skjerm blir grensesnitt og brukervennlighet relevante faktorer som spiller inn på leseropplevelsen. Tekst, bilder, video og lenker må presenteres sansbart med et brukergrensesnitt (fremvisningsevne) og være brukervennlig i måten man interagerer med det digitale innholdet. Når man leser på en skjerm utforsker man et delvis skjult innhold ved å skrolle og trykke for å få presentert innholdet i en større helhet. Skjermer er heller ikke like behagelig å lese på som papir, og nyhetslesere på nett har derfor en tendens til å skumlese. Engebretsen forteller at nyhetslesere som leser på nett vil ha korte tekster framfor lange tekster, lenker til relevant stoff og foretrekker skumlesing framfor nærlesing.

Engebretsen skriver om nettjournalistikk i *Å skrive for skjermen*, dog han fokuserer hovedsakelig på nyheter i nettaviser. Noe som er oversett i boken er at nyheter på internett også kan publiseres i sosiale medier. Dermed kan teoriene til Engebretsen hovedsakelig kun brukes til å analysere hvordan folk leser nyheter i nettaviser.

Engebretsen spesifiserer heller ikke når, hvor ofte og i hvilke situasjoner nettavislesere bruker nettaviser til å lese nyheter, ei heller hvilken enhet som brukes, enten det er mobil, nettbrett eller datamaskin. I tillegg fokuserer boken kun på formidling av nyheter som tekst, noe som utelater nyheter som blir presentert som bilder, video, lyd eller en kombinasjon av de ulike formene.

Når Engebretsen snakker om bruk av multimedia i nyhetsformidling påstår han at «mulighetene for å kople skrift og foto sammen med lyd og video i integrerte uttrykk har foreløpig bare i begrenset grad latt seg realisere i nettavisene. Det samme gjelder de fleste andre web-baserte publikasjonstyper» og hevder at dette er på grunn av manglende kompetanse i nettjournalistikken til å utvikle flermediale uttrykk (Engebretsen, 2013:17). Denne påstanden vil jeg hevde er noe bastant, selv i 2013 da boken ble publisert, da det finnes mange eksempler på nyheter som formidles i ulike kombinasjoner av tekst, bilder, video og lyd både i nettaviser og sosiale medier.

Likevel kan det være nyttig å se om vanene, behovene, lesemåtene og forventningene til Engebretsens nettavislesere har noen likheter med hvordan informantene i denne undersøkelsen leser forskningsnyheter på nettaviser og sosiale medier. Jeg skal undersøke om funnene i denne undersøkelsen viser at det finnes ulike typer nyhetslesere, og hva som kjennetegner disse.

## 2.2 Medieformer i digitale kanaler

For å undersøke hvordan informantene ønsker at forskningsnyheter skal presenteres er det nyttig å se på de ulike uttrykksformene en nyhet kan ha i digitale kanaler. Anders Fagerjord skriver om ulike former på internett i sin bok *Web-medier* (2008). Han kaller former for *modus*, og dette inkluderer tekst, bilder, video og lyd eller en kombinasjon av disse.

Forskjellen på webmedier og tradisjonelle medier er at webmedier, som jeg i denne undersøkelsen kaller digitale kanaler, har muligheten til å kombinere og gjengi tidligere medieuttrykk, altså *multimedia* (Fagerjord, 2008:20). En papiravis vil for eksempel kun ha mulighet til å vise tekst og bilder, mens en nettavis har muligheten til å vise både tekst, bilder, lyd, video og/eller en kombinasjon av dette. Multimedia gir altså mulighet til å formidle nyheter på mange forskjellige måter i digitale kanaler.

Fagerjord forteller at ulike modi har ulike egenskaper, og hvilke modi som passer til å kombineres avhenger til en viss grad av om de er statiske eller dynamiske. Statiske modi står i ro, slik som tekst og bilder, og dynamiske modi forandrer seg over tid, slik som video og lyd (Fagerjord, 2008:23). Fagerjord refererer til en teori av Gunnar Liestøl om to ulike lesemåter som han kaller *subjektaktivitet* og *objektaktivitet*, for å forklare at statiske og dynamiske modi krever forskjellige aktiviteter av publikum (Fagerjord, 2008:48-49). Subjektaktivitet vil si at subjektet, som vil si øyet til leseren, beveger seg. Subjektaktivitet foregår når tekst og bilde står i ro og tilskueren må flytte blikket for å lese teksten og se på bildet. Objektaktivitet er når objektet beveger seg, slik som film og lyd, hvor tilskueren må sitte i ro og følge med så lenge filmen og lydfortellingen varer.

Det kan virke som at subjekt- og objektaktivitet krever ulik grad av konsentrasjon og oppmerksomhet av tilskuerne, og dermed kan det være interessant å se om ulike modi krever ulik grad av konsentrasjon og oppmerksomhet av informantene i denne undersøkelsen, og om dette påvirker hvilke modi de foretrekker at nyheter er formidlet i. Når det gjelder egenskapene til de ulike modusene og hvordan de oppleves av publikum er dette altså knyttet til om de er statiske eller dynamiske modi.

Eenskapen ved tekst som statisk modus er at den er fiksert og står i ro (Fagerjord, 2008:27). Dette muliggjør at publikum kan stoppe opp for å tenke, hoppe over noen deler, lese

noe langsommere eller skumlese, eller gå tilbake og lese noe om igjen, uten å bekymre seg for at teksten skal forsvinne.

Fagerjord forteller at folk leser tekst på internett annerledes enn tekst på papir. På internett har folk en tendens til å være mer travle og utålmodig, og de skumleser ofte (Fagerjord, 2008:28). Dette gjør at noen nettaviser skriver kortere, enklere og mer spissformulert, bruker flere mellomtitler, korte avsnitt og andre visuelle virkemidler enn de gjør i papiravis for å holde på oppmerksomheten og konsentrasjonen til de travle leserne.

Det vil være interessant å se om informantene i denne undersøkelsen også ønsker at forskningsnyhetene i tekstform skal være korte, enkle og spissformulerte, samt om teksten skal deles opp i mange mellomtitler og ha visuelle virkemidler.

Fagerjord peker også på at situasjonen kan påvirke hvordan folk leser når de er på internett, dog han nevner kun at de som leser tekst på datamaskinen på kontoret kanskje blir påvirket av ukomfortable stoler eller at de har andre ting de skulle gjort. Det vil være interessant å undersøke nærmere hvor mye de ulike situasjonene informantene er i når de leser forskningsnyheter har å si på hvordan de foretrekker at teksten er formidlet.

Når det gjelder egenskapene ved bilder, er dette også et statisk modus. Et bilde står sjeldent alene, og står nesten alltid sammen med tekst. Fagerjord sier at bilder blir brukt hovedsakelig på tre måter: som illustrasjon, som blikkfang og som konnotasjon (Fagerjord, 2008:40).

Illustrasjonsbilder viser frem noe av hva teksten handler om, og viser enten hvordan noe ser ut eller forklarer og viser fram noe som er vanskelig å si like lett med ord. Hensikten kan også være å vise størrelsen på noe, sammenligne eller vise vesentlige detaljer av noe. Dette kan enten være i form av fotografi, tegning og illustrasjon, kart og grafer.

Noen bilder har som funksjon å fange og lede blikket, og kan i så måte være visuelt tiltalende og vekke følelser. Et eksempel på dette er om vi har et bilde av en person som ser rett inn i kamera. Instinktivt fanges oppmerksomheten umiddelbart til mennesker når vi oppdager at noen ser på oss (Fagerjord, 2008:45).

På internett blir vi eksponert for veldig mye informasjon, såkalt informasjonsoverflod, og da kan bilder fungere effektivt for å lede blikket til publikum slik at oppmerksomheten deres rettes mot teksten som for eksempel nyhetsleverandører vil at publikum skal lese. Det skal derfor være interessant å se om dette stemmer for informantene i denne undersøkelsen.

Bilder med konnotasjoner er når bilder representerer og symboliserer noe mer enn det vi umiddelbart ser på bildet, og må gjerne tolkes i sammenheng med en tekst. Et bilde av en person som smiler stort sammen med en overskrift i en nyhetsartikkel som sier «*Disse effektene*

*kan du få av D-vitamin»* gir personen som leser og ser bildet konnotasjoner om at man blir glad av å få i seg D-vitaminer.

Når Fagerjord snakker om video som dynamisk modus forklarer han at video kan vise hvordan noe ser ut, rører på seg eller endrer seg over tid (Fagerjord, 2008:47). Å se på video er en objektaktivitet, som vil si at publikum følger med på videoen fra den starter til den slutter. Dette krever mer konsentrasjon og oppmerksomhet fra publikum i forhold til statiske modi og subjektaktivitet, da det er mer tungvint å stoppe opp, hoppe i eller spole i videoen.

Fagerjord nevner ulike type videoer, som han kaller *illustrasjonsvideo*, *skrevet introduksjon*, *video med kapitler*, *alternativ versjon*, *video-på-bestilling*, *splæsj-film* og *video med fotnoter*. Kort beskrevet er illustrasjonsvideo en video som kan vise fram eller tydeliggjøre noe som teksten beskriver. Skrevet introduksjon er når videoen står sammen med en kort tekst som forklarer hva videoen handler om for å gjøre det kjapt og enkelt å velge videoen man vil se. Video-på-bestilling er videoer som ikke trenger å stå sammen med en tekst da de er fullstendige i seg selv. Video med kapitler er videoer der tekstlige kapitler gjør det lettere for publikum å hoppe til innholdet de ønsker å se. Alternative versjoner er når det samme budskapet finnes som både tekst og som video. Videointroduksjon er en kort video som fungerer som en innledning til en tekst. Splæsj-film er en liten animasjon som introduserer nettsider. Video med fotnoter er når videoen er akkompagnert sammen med en lenke som tar publikum videre til en tekst som er mer omstendelig enn videoen i seg selv.

Det vil være interessant å se hvilke av disse typene av video som informantene i denne undersøkelsen foretrekker når de skal oppdatere seg på forskningsnyheter i videoforamt, hva det er de foretrekker med ulike type videoer, og om de foretrekker ulike type videoer i ulike kanaler.

Til slutt når det kommer til lyd er dette også et dynamisk modus og å lytte til lyd er en objektaktivitet. På denne måten krever også lyd kontinuerlig konsentrasjon og oppmerksomhet fra lytterne da de må lytte fra start til slutt for å få med seg innholdet. I digitale kanaler uttrykker denne modusen seg gjerne som podcast.

Det finnes ulike typer lyd, dog det er hovedsakelig tale som er relevant når vi snakker om nyhetsformidling da man bruker språket for å forklare innholdet i nyhetshendelser. Det er likevel verdt å nevne lydeffekter, som Fagerjord kaller kontentum (2008:59). Lydeffekter skaper en atmosfære og kan framkalle bilder av bestemte omgivelser i hodet til lytterne, for eksempel om verten i en podcast prater om en ny dyreart som forskere har funnet i jungelen kan de bruke lydeffekter i form av lyder som dyr i jungelen lager.

Fagerjord har studert hvordan ulike medieformer, som han kaller modi, blir uttrykt på internett enten alene eller i kombinasjon med hverandre. Han forklarer egenskapene til de ulike

formene, hvordan de kan brukes på ulike måter og hvordan publikum opplever dem. Fagerjord skriver generelt om bruken av ulike former på internett, dog er ikke spesifikk hvordan de ulike formene blir brukt i de ulike kanalene som finnes på internett. Likevel kan Fagerjord sine teorier om egenskapene til og bruken av ulike medieformer samt publikum sin opplevelse av dem være nyttig å bruke i denne undersøkelsen, da teoriene kan forklare hvorfor noen former blir foretrukket og i hvilke kanaler de blir foretrukket når informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter.

## 2.3 Mediebruk

Når det gjelder digitale kanaler og hvordan folk tar i bruk slik teknologi er det spesielt to innfallsvinkler som er nyttige å se på for å undersøke hvordan og hvorfor digitale kanaler blir brukt slik de blir – den ene innfallsvinkelen er hvordan folk tar i bruk en teknologi, og det andre er hvordan teknologien legger føringer for hvordan folk kan bruke teknologien.

Hvordan teknologien legger føringer for hvordan folk kan ta i bruk en teknologi kan ses i sammenheng med en teori kalt *affordance*. Opprinnelig ble dette begrepet skapt av James J. Gibson for å forklare hvilke muligheter og begrensninger folk får tilbudt av sine omgivelser. Begrepet ble senere brukt av Don Norman i et teknologisk perspektiv i sin bok *The Design of Everyday Things* hvor han fokuserer på hvilke føringer teknologien legger, med sine muligheter og begrensninger, for hvordan folk kan ta teknologien i bruk (2013).

Affordance i Norman sitt perspektiv kan bli forklart som de bruksmulighetene i en teknologi som brukeren er klar over finnes og at designet på teknologien legger føringer for hvordan teknologien brukes. Norman gir et eksempel på en undersøkelse han utførte og forteller at om folk får presentert femten små Lego-klosser av en Lego-motorsykkel og ber dem om å bygge leken ved å sette sammen delene, så tar det ikke lang tid før alle har satt sammen motorsykkelen riktig – uten å ha sett hvordan leken skal se ut eller ved bruk av bruksanvisning. Han forteller videre at når man møter et design så tar man med seg tidligere erfaringer og antakelser når man ser etter muligheter og begrensninger ved designet. Mange har bygget Lego før og forstår hvilke biter som passer sammen og mange vet hvordan en motorsykkel ser ut, og dette vil til sammen hjelpe folk i å bygge Lego-motorsykkelen slik den skal være, selv om de aldri har satt sammen akkurat den leken før.

På samme måte møter man muligheter og begrensninger når man skal ta i bruk en teknologi, slik som nettaviser, sosiale medier, mobiltelefoner og datamaskiner. Teorien til Norman går ut på at designet på en ting eller teknologi gjør at folk antar hvordan det skal brukes. Muligheter, begrensninger og funksjoner i en teknologi gir en indikasjon på hvordan en

teknologi skal brukes, og Norman sier at spesielt begrensninger gir brukere av teknologien et tydelig hint om hvordan noe er ment til å brukes (Norman, 2013:125).

Om man tar Twitter som et eksempel er dette sosiale mediet designet slik at brukerne kun har mulighet til å skrive korte innlegg eller «tweets» med en begrensning på 280 tegn. Denne begrensningen i teknologien legger føringer for hvordan folk tar i bruk Twitter, og folk skriver derfor korte tweets.

Affordance er en deterministisk tankegang på teknologi ved at det er teknologien som gjør noe med oss og at teknologien bestemmer hvordan den blir brukt. Teknologisk determinisme er blitt kritisert siden teknologien får for mye ære for eller skyld i å bestemme hvordan folk tar den i bruk. Når folk skal ta i bruk en teknologi er det ikke bare teknologien som styrer bruken, folk legger også føringer for hvordan en teknologi brukes. En teori som kan ses i motsetning til affordance-teorien til Don Norman, er Maria Bakardjieva sin teori om *brukssjangre* fra boken *Internet Society* (2005). Bakardjieva mener at folk legger føringer for hvordan de bruker en teknologi ved å tillegge den sine egne verdier, normer, interesser og holdninger, hvor slike brukssjangre er dynamiske og endrer seg over tid.

Teorien om hvordan en teknologi brukes, eller domestiseres, går ut på hvordan folk tar i bruk en teknologi og gjør at den passer inn i deres hverdag. Premisset for at en teknologi skal bli brukt over lengre tid er at den får en naturlig plass i hverdagslivet (Aalen, 2016:37). Begrepet *domestiseringsteori* ble introdusert av Roger Silverstone og beskriver en prosess der teknologi beveger seg gjennom fire domestiseringsfaser kalt *appropriering*, *objektifisering*, *inkorporering* og *konvertering* (Skjølvold, 2015:160).

Approprieringsfasen er når brukeren anskaffer teknologien, for eksempel ved å bli kjøpt eller at man oppretter en profil på et sosialt medie. Objektifiseringsfasen er når teknologien får en synlig plass i hverdagslivet og det blir etablert normer og bruksmønstre for hvordan teknologien blir tatt i bruk. Normene for bruken blir både etablert av brukerne selv, fra media eller fra hvordan teknologien er designet. LinkedIn er for eksempel et sosialt medie for nettverksbygging i jobbsammenheng, da kanalen er utformet slik at man skal skrive en CV og knytte seg til tidligere og nåværende kolleger, og denne designen på det sosiale mediet er med på å styre hvordan kanalen blir tatt i bruk.

Inkorporeringsfasen er når teknologien blir tatt i bruk og blir gjort om til en del av rutine og praksisene i hverdagen, og i denne fasen omdannes teknologien fra en vare til å bli et integrert objekt som blir tillagt mening. Et eksempel på dette er den økende bruken av smarttelefoner med trådløst nett og plassen den har fått i hverdagen ved at den blir brukt i løpet av arbeidstiden eller skolen, mens man sitter på bussen eller hjemme i sofaen. Smarttelefonen



har blitt en integrert del av folks hverdag og blir brukt til alt fra å holde kontakt med venner og familie, til å høre på musikk og til å oppdatere seg på nyheter.

I den siste fasen, konverteringsfasen, tillegges teknologien en verdi og status som signaliseres til omverdenen og denne fasen er en kontinuerlig prosess som fortsetter så lenge teknologien er i bruk. Oppfatningen om hvordan en teknologi skal brukes kan variere over tid og mellom ulike grupper i ulike livsfaser. Et eksempel på dette er hvordan Facebook ble brukt i starten av unge brukere i tenårene, hvor de blant annet delte festbilder offentlig (Aalen, 2013:31). Normene rundt hva man burde og ikke burde dele på Facebook ble diskutert i media, og det skjedde etterhvert en endring i bruken hvor man ble oppfordret til å være mer reflektert rundt hva man deler av informasjon med omverdenen. I dag har unge brukere i tenårene flyttet mye av kommunikasjonen over på andre sosiale medier, og Facebook blir i større grad brukt av de som er unge voksne og voksne til både personlig kommunikasjon og som en informasjonskanal (Aalen, 2016:40).

Når Bakardjieva snakker om brukssjangre snakker hun hovedsakelig om hvordan folk tar i bruk teknologi, tilpasser den sin hverdag og tillegger den normer for bruk. De ulike måtene å bruke en teknologi kaller Bakardjieva for ulike brukssjangre. Brukssjangre varierer og endrer seg over tid, slik for eksempel bruken av Facebook har endret seg fra å være en plass man deler festbilder til en plass man deler nyhetsartikler.

I boken *Internet Society* tar hun utgangspunkt i hvordan folk tar i bruk internett i hjemmet, og et eksempel hun bruker er hvordan folk bruker internett til å holde kontakten med venner og familie når man ikke lenger bor i nærheten av hverandre (Bakardjieva, 2005:129). Hun mener at det er ikke teknologien i seg selv som gjør at man snakker med folk over lange avstander, men at det er avstanden til sine nærmeste som skaper et sosialt behov som gjør at de ønsker bruke teknologien til å holde kontakt med dem de har flyttet fra.

Bakardjieva utdyper eksempelet om å holde kontakten over lange avstander, og spesielt når man skal holde kontakt med noen i ulike tidssoner, og hvordan dette legger føringer for hvilken teknologi de ønsker å ta i bruk. Kanskje gjør avstanden at det er dag hos den ene personen og natt hos den andre, og dette gjør det vanskelig å skulle ringe hverandre på telefonen. Dermed blir det diskutert og forhandlet at det er mest praktisk for dem å holde kontakten over internett ved hjelp av tekstbasert kommunikasjon, slik som e-post eller tekstmeldinger, slik at de kan svare hverandre når de er våken og har tid til å svare (Bakardjieva, 2005:130).

I motsetning til Norman mener Bakardjieva at teknologi ikke er deterministisk i den forstand at mulighetene ved bruken er så mangfoldig, dynamisk og variabel (Bakardjieva, 2005:115). Bruksmåtene er ikke gitt av designet på teknologien, selv om teknologiens design

åpner opp for noen bruksmuligheter og ikke for andre. Dette kan vi for eksempel se på Twitter hvor man har begrenset mengde med tegn i en tweet, men det er stor variasjon i hva folk kan bruke den begrensede plassen til ved å for eksempel inkludere lenker, emneknagger, med mer. Bruken av en teknologi blir i stor grad bestemt av folk sine ulike hverdager og situasjoner, behov, interesser og normer. Bakardjieva hevder at det sosiale aspektet ved å bruke en teknologi bestemmer bruken i stor grad, lik designet på teknologien i seg selv også legger føringer for hvordan en teknologi blir tatt i bruk.

Hun sier at det er relevant å se på designet til teknologien når det gjelder muligheter og begrensninger til bruk, men at det samtidig er viktig å undersøke hvordan folk legger føringer for hvordan de ønsker å bruke teknologien, og at disse brukssjangrene er både basert på ulike hverdagssituasjoner, kulturer og hvordan folk i samtaler med hverandre finner ut ulike måter internett kan brukes på (Bakardjieva, 2005:134). På denne måten vokser det frem ulike bruks-sjangre for ulike medier.

Bakardjieva fokuserer mest på bruken av internett hjemme og hvordan sosiale behov styrer internettbruken. I denne undersøkelsen skal jeg derimot se nærmere på om det er flere behov som styrer mediebruken til informantene, med fokus på å oppdatere seg på forskningsnyheter på nettaviser og sosiale medier, og om mediebruken varierer ut i fra hvilken situasjon de befinner seg i.

For å se hvilke behov som kan ligge til grunn for mediebruken til informantene når de oppdaterer seg på forskningsnyheter, skal jeg se på teorien til Denis McQuail om hvilke behov mediebruk dekker (Aalen, 2016:35). Teorien til McQuail ble laget i 1987 og dreier seg om massemedier, men som likevel kan overføres til behov når det gjelder bruken av nettaviser og sosiale medier.

McQuail fant ut at det er hovedsakelig fire ulike behov som styrer mediebruken til folk. Det ene behovet er, som også Bakardjieva er inne på, behov for sosial interaksjon og integrasjon. Dette behovet blir mettet ved å holde kontakt med venner og familie, få innsikt i andre sine situasjoner og føle tilhørighet og fellesskap. Det andre behovet er personlig identitet, ved å for eksempel bruke medier til å finne forbilder eller få økt selvinnsikt. Det tredje behovet er underholdning, hovedsakelig tidsfordriv eller for å slappe av. Det siste behovet er behovet for informasjon, blant annet informasjonen om sine nære omgivelser, samfunnet og verden, eller råd og informasjon som pirrer nysgjerrigheten og utvikler sin egen kunnskap.

Informantene i min undersøkelse er studenter i tyveårene og informantene er dermed i en relativt lik livssituasjon, noe som ifølge domestiseringsteorien også kan påvirke hvordan folk bruker ulike mediekkanaler på. En teoretiker som mente at studier påvirker hvordan folk handler

og tenker samt hvilke preferanser, interesser, verdier og holdninger man har var Charles Pierce Snow i sin teori om *De to kulturer* fra 1959.

Snow hevdet at det er et skille mellom de som studerer naturvitenskapelige studier og de som studerer en annen retning. Snow sitt begrep om de som ikke studerer naturvitenskap er noe flytende, da kan kaller det både den humanistiske vitenskapen, åndsvitenskapen, de litterære intellektuelle, ikke-vitenskapsmenn og samfunnsvitenskapen. For ordens skyld kommer jeg til å referere til denne kulturen og gruppen som samfunnsvitenskap.

Snow påsto at skillet mellom de to studieretningene, eller de to kulturene, oppsto fordi den allmenne utdanningen slutter når videregående skole er ferdig. Når folk starter å studere får de kun kunnskap om sitt eget studiefelt og blir spesialiserte.

Han eksemplifiserer dette med at de som studerer samfunnsvitenskapelige fag ikke vet hva termodynamikkens andre lov går ut på og at de ikke finner det forståelig på grunn av mangel på opplæring, og at de som studerer naturvitenskapelige fag ikke kan forklare samfunnsverdien eller innholdet i bøkene til Charles Dickens fordi de finner det uinteressant og ofte uforståelig (Snow, 2001:33-35). De har altså en uvitenhet om den andre sin kultur.

Snow hevder at følgene av de to kulturene er at man får to ulike grupper med ulike måter å tenke og handle og med ulike verdier og interesser (Snow, 2001:30). Han påsto at forskjellene er negative når de to kulturene ikke kan kommunisere med hverandre slik at de blir forstått fordi man ikke lenger snakker samme språk og feiltolkninger oppstår.

Snow eksemplifiserer at om naturvitenskapelige forskere ikke kommuniserer på en måte slik at politikere forstår dem, i en tid hvor vitenskapen bestemmer mye av samfunnets skjebne, har ikke politikerne mulighet til å forstå om forskerne gir gode eller dårlige råd, og om de burde følge rådene eller ikke (Snow, 2001:104).

Teorien om de to kulturer fikk mye kritikk, både i sin tid og i etterkant, både for å være for bred og for snever. Flere har påstått at det ikke finnes ulike kulturer og andre påsto at det finnes mange fler enn bare to kulturer. Snow er relativt bastant i noen av sine påstander, da han hevder at «*Hvem som helst med tilsvarende erfaringsbakgrunn ville stort sett oppdaget de samme tingene og antakelig kommentert dem på nesten samme måte*» (Snow: 2001:23).

Likevel påpeker han kritikken han fikk om sine teorier, og utdyper at problemet folk hadde med hans teori var at han kalte det «to kulturer». Han reflekterer i sin revurderte utgave fra 1964 om han burde kalt teorien noe annet, da virkeligheten ikke er så todelt som han valgte å fremstille det, men konkluderer likevel med at skillet mellom de to kulturene bare vil bli større i fremtiden hvis man ikke gjør studier på universiteter mindre spesialiserte slik at man kan kommunisere og forstå hverandre (Snow, 2001:37).

Har Snow rett i sine betraktninger om de to kulturer, og er teorien hans aktuell i dag? Snow har rett i at den allmenne utdanningen slutter på videregående skole og blir mer spesialisert når man studerer på universitetet, så muligens kan denne spesialiseringen føre til at naturvitenskapsstudenter og samfunnsvitenskapsstudenter har ulike måter å tenke og handle samt ulike verdier og interesser. For å undersøke om det er grunn til å tro at to ulike kulturer eksisterer er utvalget i denne undersøkelsen delt i to grupper, hvor halvparten av informantene studerer naturvitenskapelige studier og den andre halvparten studerer samfunnsvitenskapelige studier. Med dette utvalget skal jeg undersøke om det er noen forskjeller mellom de to gruppene og se hvordan de eventuelle forskjellene uttrykker seg når det gjelder hvilke forskningsnyheter informantene interesserer seg for, hvordan de bruker ulike kanaler og om de foretrekker ulike former som forskningsnyheter skal formidles i.

Med utgangspunkt i Snow, Fagerjord, Norman, Bakardjieva og McQuail sine teorier skal jeg undersøke hva det er som gjør at informantene bruker nettaviser og ulike sosiale medier på ulike måter og i ulike situasjoner, hvordan oppdatering av forskningsnyheter har fått en plass i deres hverdag, og i hvilke former de ønsker at forskningsnyheter skal bli presentert på ulike måter i de ulike kanalene. I denne undersøkelsen skal jeg undersøke om teknologi legger føringer for hvordan informantene bruker ulike kanaler og hvilken form og lengde informantene foretrekker i de ulike kanalene, eller om det er deres preferanser, behov og interesser som legger føringer for hvilken bruk og hvilke former på innholdet de ønsker i de digitale kanalene.

## **3 Metode**

I dette kapittelet skal jeg redegjøre for valg som jeg har gjort underveis i forskningsprosessen. Først skal jeg presentere hvordan datamaterialet har blitt innsamlet, deretter hvordan jeg har behandlet datamaterialet og til slutt vurderingen av datamaterialet. Dette gjør jeg med hensikt å sørge for transparens i forskningen, noe som er essensielt for at denne forskningen kan ha kvalitet (Tjora, 2012:202).

### **3.1 Innsamling og behandling av datamaterialet**

I dette underkapittelet skal jeg redegjøre for valg av forskningsdesign, intervjuguide, utvalget av informantene, fremstille informantene, redegjøre for valg knyttet til gjennomføringen av intervjuene, behandlingen av datamaterialet samt etiske vurderinger.

### **3.1.1 Forskningsdesign**

For å utvikle rådatamaterialet mitt (empirien) til konsepter og teorier bruker jeg en stegvis-deduktiv induktiv metode (Tjora, 2012:174-175). Utgangspunktet mitt er induktivt, hvor jeg jobber med empirien mot utvikling av konsepter og teorier. Samtidig gjør jeg deduktive tilbakekoblinger, som vil si at jeg anvender teorier opp mot empirien, for å sikre kvalitet i forskningsprosessen. Likevel er ikke forskningsprosessen så lineær som SDI-modellen får den til å virke, men den gir et godt bilde på arbeidsprosessen sin systematiske fremdrift (Tjora, 2012:176).

For denne undersøkelsen bruker jeg kvalitativ forskningsmetode, da problemstillingene mine skal finne ut av hvorfor informantene har spesifikke meninger, vaner, erfaringer og preferanser. Slike problemstillinger krever at forskeren kommer tett på de man forsker på, slik at man kan interagere direkte med informantene, be dem utdype sine meninger og erfaringer, og stille oppfølgingsspørsmål om noen relevante tema dukker opp underveis i datainnsamlingen. På denne måten kan forskeren deretter analysere funnene for å få en bedre forståelse på fenomenet (Tjora, 2012:105). Kvantitativ forskningsmetode ville ikke gitt den tilstrekkelige nærheten som slike problemstillinger krever, da en slik metode ville hatt mer fokus på tall enn på tekst, og vært mer teoridrevet enn empiridrevet (Tjora, 2012:18).

For å samle empiri er det mest vanlig innen kvalitativ forskning å ta i bruk intervjuet, hvor målet er å generere refleksjon blant informantene (Tjora, 2012:135). Da min undersøkelse søker å finne ut av informantene sine meninger, preferanser, vaner og erfaringer knyttet til mediebruk og nyhetslesing, valgte jeg å ta i bruk dybdeintervju (Tjora, 2012:105). Dybdeintervju brukes som forskningsmetode når undersøkelsen krever å få en dypere innsikt i informantenes indre verden og innsikt i hvordan de ser på verden, og for å undersøke hvordan informantene selv reflekterer over sine meninger, erfaringer og opplevelser.

Denne innsikten i informantenes livsverden oppnås blant annet ved hjelp av åpne spørsmål under intervjuet, slik at informantene får rom til å reflektere over sine egne meninger, holdninger og vaner. Samtidig er det bedre tid til digresjoner i dybdeintervju enn ved for eksempel gruppeintervju og fokusgrupper. Tid til oppfølgingsspørsmål gjør det mulig å komme inn på interessante og relevante tema og digresjoner.

### **3.1.2 Intervjuguide**

For å sikre kvalitet i denne undersøkelsen er det viktig at alle intervjuene har omtrent de samme spørsmålene, dog oppfølgingsspørsmål kan variere. For at fortolkningene av empirien skal gi mening har intervjuguiden forhåndsbestemte oppdelinger av tema og forslag til spørsmål (Kvale & Brinkmann, 2015:46). Spørsmålene i min intervjuguide ble bestemt på forhånd i

henhold til de temaene og spørsmålene som jeg fant relevant å stille for å få innsikt i og svar på problemstillingene (vedlegg 8.1).

Hovedsakelig er dybdeintervjuet delt inn i tre deler hvor informantene skal tenkes å ha ulik grad av refleksjon, henholdsvis oppvarmings-, refleksjons- og avrundingsspørsmål (Tjora 2012, 112-113).

Oppvarmingsspørsmålene er konkrete og enkle, og handler i denne undersøkelsen om informantenes bakgrunnsinformasjon og generelt om deres forhold til nyhetlesing og mediebruk. Disse spørsmålene er ufarlige og uformelle, slik at informantene skal venne seg til intervjusituasjonen før man kommer i gang med refleksjonsspørsmålene.

Refleksjonsspørsmålene er kjernen av intervjuet og her blir spørsmål stilt som informantene skal reflektere rundt og gå i dybden av forskningstemaene. I delen som tok for seg refleksjonsspørsmålene utarbeidet jeg to hoveddeler i samsvar med den todelte problemstillingen. Den ene delen handlet om nyhetslesing og mediebruk knyttet til forskningsnyheter, og den andre delen handlet om form og forskningsnyheter sin presentasjon (tekst, bilde, video, lyd eller en kombinasjon av disse).

Jeg valgte å dele refleksjonsspørsmålene i to deler siden dette ville gjøre det mer oversiktlig i analysedelen av undersøkelsen, da denne oppdelingen er i samsvar med den todelte problemstillingen. I tillegg gjorde oppdelingen det lettere for både meg og informantene å holde orden på alle spørsmålene (Tjora, 2012:134).

I delen om mediebruk og nyhetslesing stilte jeg i underkant av ti spørsmål som handlet om deres vaner knyttet til hvor og hvordan de oppdaterer seg på forskningsnyheter. Hensikten her var å få innblikk i informantenes refleksjoner og kartlegge deres vaner når det gjelder lesing av forskningsnyheter, hvilke kanaler de bruker til å oppdatere seg på forskningsnyheter, samt deres bruk av mobil og datamaskin til å gjøre dette.

I delen om forskningsnyheter og form spurte jeg strukturert om deres preferanser knyttet til hver enkelt form (tekst, bilde, video, lyd og kombinasjon) knyttet til nettaviser og hvert enkelt sosiale medie. Hensikten med dette var å få innsikt i hva det er med formen og presentasjonen på nyhetene i de ulike digitale kanalene som gjør at de ønsker å oppdatere seg på en forskningsnyhet.

Til slutt i intervjuguiden hadde jeg to avrundingsspørsmål. Det ene spørsmålet jeg stilte dreide seg om hvordan de så for seg at forskningsnyheter kunne formidles i fremtiden slik at kvaliteten ville blitt bedre og at det ville nå ut til flere. Det siste spørsmålet åpnet opp for at de kunne utdype og reflektere rundt tema som de selv ikke følte de hadde pratet nok om. Her var det mange av informantene som tok opp temaer knyttet til at algoritmer på sosiale medier gjør det vanskelig å få en helhetlig oversikt over nyhetsbildet, samt at forskningsnyhetene som

dukker opp på sosiale medier ofte mangler kildehenvisninger eller har preg av populærvitenskap som ikke er basert på troverdig forskning.

I etterkant fant jeg ut at spørsmålene i avrundingsdelen ville bli interessant å ta opp i denne undersøkelsen, da meningene og erfaringene til informantene knyttet til dette så ut til å legge noen føringer for hvilke kanaler de brukte (og ikke brukte) og hvilke forskningsnyheter de leste (og ikke leste). Svarene fra det siste avrundingsspørsmålet ble dermed tatt i bruk i analysekapittel 4 om mediebruk og nyhetslesing.

Etter avrundingsspørsmålene informerte jeg om det videre arbeidet i forskningsprosjektet, opplyste på nytt at de skulle bli anonymisert under hele forskningsprosessen, og at lydopptakene skulle slettes etter at de ble transkribert (Tjora, 2012:113). Deretter takket jeg dem for deres hjelp.

### **3.1.3 Utvalg**

Utvalget av informanter i en undersøkelse handler om hvordan man avgrenser det empiriske arbeidet slik at man får relevant kunnskap om problemstillingene (Tjora, 2012:34). Derfor er det viktig at utvalget av informantene er gjennomtenkt og begrunnet, slik at forskeren kan generalisere eller komme med konklusjoner av funnene i undersøkelsen.

Denne undersøkelsen benytter seg av kriterieutvalg, som betyr at problemstillingene er styrende for hvilke informanter jeg ønsker å ha med i undersøkelsen. Et slikt utvalg tas i bruk når man skal studere noe som er knyttet til informantenes opplevelser, meninger og erfaringer. Et slikt utvalg gjør at informantene skal kunne bidra så mye som mulig for å svare på problemstillingene, slik at empirien forskeren får blir relevant for forskningsarbeidet.

Denne undersøkelsen er ute etter å finne ut hvordan unge voksne leser forskningsnyheter i nettaviser og på sosiale medier og i hvilken form de ønsker å få forskningsnyheter formidlet. Derfor var noen av kriteriene for informantene at de skulle være i tyveårene og ha kjennskap til forskningsnyheter i nettaviser og på sosiale medier.

Ifølge Charles Percy Snow er det en forskjell mellom folk som studerer samfunnsvitenskap og naturvitenskap, og denne påstanden ønsket jeg å undersøke nærmere i min undersøkelse. Et ekstra kriterie ble derfor at informantene skulle være studenter. Inndelingen av studentene ble slik at halvparten av utvalget skulle studere samfunnsvitenskapelige studier og den andre halvparten skulle studere naturvitenskapelige studier. De ble delt i to like store grupper for å lettere se om det er noen forskjell på informantene som studerer naturvitenskap og samfunnsvitenskap.

Ifølge Tjora trenger man 8-15 informanter i en empirisk masteroppgave, og i denne undersøkelsen valgte jeg derfor å ha 8 informanter (2012:33). Informantene gav relevante og

utfyllende svar om vanene, meningene, erfaringene og preferansene sine knyttet til problemstillingene, noe som jeg mener gav undersøkelsen nok empiri da det ble en god variasjon av relevante svar fra alle informantene. Å skulle ha flere dybdeintervju med flere informanter så jeg derfor ikke relevant, da dette mest sannsynlig ville tilført flere gjentakelser og ikke nødvendigvis noen nye funn.

### 3.1.4 Informantene

Nå skal jeg fremstille en tematisk oversikt over informantene når det gjelder studieretning, alder og kjønn, hvilke sosiale medier de bruker (i en rekkefølge hvor de sosiale mediene de bruker hyppigst er oppgitt først) og hvor hyppig de oppdaterer seg på nyhetsbildet. For å sikre informantenes anonymitet har de fått pseudonymer, hvor forbokstaven i navnet deres viser til om de tilhører naturvitenskapsgruppen eller samfunnsvitenskapsgruppen.

Tabell 1: Oversikt over undersøkelsens informanter.

	Navn	Alder	Kjønn	Sosiale medier	Hyppighet i nyhetsoppdatering
<b>Naturvitenskap</b>	Nina	22	Kvinne	Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube	Tre ganger daglig
	Nikolai	26	Mann	Facebook, Youtube, Snapchat, Instagram	Tre til fem ganger daglig
	Nora	25	Kvinne	Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube	Annenhver dag til noen ganger i uken
	Natalie	20	Kvinne	Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube	Omtrent daglig
<b>Samfunnsvitenskap</b>	Stine	26	Kvinne	Facebook, Snapchat, Instagram	Tre ganger daglig
	Silje	22	Kvinne	Facebook, Snapchat, Instagram, Youtube	Ofte en gang i timen daglig
	Stian	25	Mann	Facebook, Snapchat, Instagram, Youtube	Omtrent daglig
	Sara	25	Kvinne	Facebook, Instagram	Omtrent daglig

### 3.1.5 Gjennomføring av intervju

Jeg rekrutterte deler av mitt utvalg ved å sende e-poster til ulike fakulteter ved universiteter og høyskoler i Trondheim, hvor de ansatte delte informasjonen om masteroppgaven samt min kontaktinformasjon på sine Facebook-sider. Dette informasjonsskrivet inneholdt en kort forklaring på oppgaven og temaet, utvalgsriteriet for informantene og hva det vil si å være



med i undersøkelsen når det gjelder tidsbruk og anonymisering (vedlegg 8.2). I tillegg rekrutterte jeg informanter ved at jeg og venner av meg delte denne informasjonen på sine egne Facebook-sider. Resten av informantene kom jeg i kontakt med via bekjente som anbefalte noen som kunne være aktuelle som informanter.

Ifølge Tjora er det lurt å legge til rette for en avslappet stemning og at man dermed burde gjennomføre dybdeintervjuene på en plass som informantene kjenner til og føler seg trygg på (2012:120). Siden denne undersøkelsen omhandler studenter, og det viste seg at alle utenom én informant hadde tilknytning til NTNU, spurte jeg dem om de kunne tenke seg å ha intervjuet på et grupperom på et av NTNU sine campus. Før dette forslaget sa jeg i fra at de selv kunne bestemme hvor vi skulle møtes, dog alle som hadde tilknytning til NTNU valgte å møtes på grupperom. Den siste informanten bodde i Oslo og foreslo å ha intervjuet over Skype, hvor hun var hjemme hos seg selv under intervjuet.

Grupperommene og Skype-samtalen var begge i omgivelser med lite støy og forstyrrelser, noe som var en fordel når det gjaldt lydopptak av intervjuene. Bruk av lydopptaker under intervjuene gjorde det lettere for meg som intervjuer å fokusere på hva som ble sagt og plukke opp på relevante digresjoner slik at jeg kunne stille oppfølgingsspørsmål der det trengtes. Samtidig vil kommunikasjonen og flyten i intervjuet bli bedre med lydopptaker, da jeg kunne fokusere på informanten som prater (Tjora, 2012:137).

Alle informantene ble på forhånd av intervjuet spurt om de synes det er greit å ta lydopptak av intervjuet, hvor jeg samtidig opplyste hvordan lydopptaket skal oppbevares, hvordan det skal brukes, og at lydopptaket blir slettet etter at intervjuet er transkribert.

For å ta lydopptaket tok jeg i bruk lydopptakeren på smarttelefonen min som jeg la midt på bordet mellom oss. Jeg tok i bruk smarttelefonen da den er mer diskret og kjent for informantene enn om jeg hadde brukt en båndopptaker eller lignende.

Bruken av lydopptaker gjorde at jeg slapp noteringsarbeid underveis i intervjuet, slik at jeg kunne konsentrere meg om samtalen. Lydopptakeren gjorde likevel ikke at intervju-situasjonen ble helt fri og uformell, som gjerne er et ideal i dybdeintervjuer. Siden informantene mest sannsynlig er i en uvant situasjon vil intervjusituasjonen til en viss grad være preget av asymmetrisk formalisme, som vil si at informantene har en forventning om at intervjuet skal ha en viss struktur og formelt preg over seg (Tjora, 2012:135). Intervjuguiden mener jeg gav intervjuene en god balanse mellom en fri samtale og et strukturert intervju, da jeg hadde lest gjennom intervjuguidens spørsmål flere ganger på forhånd slik at jeg kunne konsentrere meg mest mulig om hva informantene pratet om under selve intervjuet.

Rett før intervjuet startet fortalte jeg informantene at vi hadde god tid, at de kunne utdype så mye de ville på alle spørsmålene og gjerne komme med digresjoner. Jeg fortalte også

at de kunne stoppe intervjuet eller ta en pause når som helst om de skulle ønske. Dette bygget opp mer tillit mellom oss, slik at de kunne bli mer trygg på situasjonen og gjøre situasjonen mer avslappet.

Under intervjuene var jeg bevisst min rolle som forsker, da jeg i likhet med informantene er en student i tyveårene som bruker både nettaviser og sosiale medier til å oppdatere meg på forskningsnyheter. Dermed inntok jeg en naiv posisjon under intervjuene, ved å for eksempel be de utdype og forklare ulike funksjoner på sosiale medier som de pratet om (Tjora, 2012:110). Dette gjorde jeg fordi informantene kan ta for gitt at jeg har like erfaringer og synspunkter som dem på grunn av at vår alder og livssituasjon ligner.

Jeg opplevde at de aller fleste informantene i denne undersøkelsen hadde mye relevant å prate om under intervjuet, og at de var mer enn villig til å prate fritt om sine meninger og erfaringer knyttet til temaene. At de hadde mye å dele kan både være på grunn av at informantene allerede var interessert i temaene, siden de ønsket å bli intervjuet, og på grunn av den opparbeidede tilliten mellom oss. Ifølge Tjora er tilliten mellom forskeren og informantene det kvaliteten på dybdeintervjuene hviler på, og dermed det som får informantene til å reflektere best mulig (Tjora, 2012:107).

Temaene for denne undersøkelsen var ikke sensitive, som også kan tenkes å være en av faktorene til at det tok kort tid for informantene å opprette tillit til meg slik at de viste stor grad av refleksjon under intervjuet.

Selve intervjuene tok rundt en og en halv time til to timer. Det tok noe lengre tid enn jeg hadde forventet på forhånd, da informantene var flinke til å utdype svarene sine og komme med eksempler underveis. For å opprettholde en uformell samtale tillot jeg de som kom med en del digresjoner å prate ferdig, og som regel fikk jeg god nytte av hva som ble sagt under slike digresjoner.

### **3.1.6 Transkribering, kategorisering og analyse**

Jeg startet transkripsjonsarbeidet rett etter hvert enkelt dybdeintervju, da det ville være lettere å huske på eventuelle visuelle ledetråder som er nødvendig å ha med i transkripsjonen. Alle intervjuene ble transkribert til bokmål fremfor dialekt for å sikre anonymisering av informantene (Tjora, 2012:144).

Siden mengden datamaterialet fra transkripsjonen ble så stort, valgte jeg å generere sorteringsbaserte koder (Tjora, 2012:182). Hensikten med kodene er å sortere empirien etter generelle temaer som intervjuene handlet om. Innholdet i svarene fra informantene lå nært opp mot spørsmålene i intervjuguiden, og dermed kategoriserte jeg kodene hovedsakelig ut i fra

hovedtemaene fra intervjuguiden. Hovedkategoriene ble (1) mediebruk og nyhetslesing og (2) form og presentasjon, som også ble utarbeidet til å bli de to analysekapitlene.

Etter all empirien var kodet og kategorisert delte jeg alle kodene i to kolonner, hvor de informantene som studerer naturvitenskapelige studier ble plassert i den ene kolonnen og de som studerer samfunnsvitenskapelige studier ble plassert i den andre. Dette var for å lettere kunne se likheter og forskjeller mellom svarene til de to gruppene, slik at jeg kunne undersøke om funnene bekrefter eller avkrefter noe av Snow sin teori om «de to kulturer».

Etter kodingen og kategoriseringen startet jeg analysearbeidet, hvor jeg reflekterte rundt hvilke funn som er interessante, hva hovedfunnene og tendensene er, samt startet å utvikle konsepter.

Parallelt i analysearbeidet undersøke jeg hvilke teorier og tidligere forskning som kan være relevant for mine funn. For å utvikle konsepter til denne undersøkelsen ønsket jeg å ha en større teoretisk oversikt over hvilke teoretiske konsepter knyttet til nyhetslesing, mediebruk og medieformer som allerede finnes. Med slike teorier og perspektiver i bakhodet begynte jeg å reflektere rundt hvilke konsepter som kan utvikles ut i fra hovedfunnene og tendensene i denne undersøkelsen.

Analysedelen i denne undersøkelsen ble delt inn i to kapitler. Kapittel 4 (mediebruk og nyhetslesing) belyser informantenes refleksjon rundt sin interesse for nyhetslesing og rundt sin egen bruk av medier til å oppdatere seg på forskningsnyheter. Kapittel 5 (form og presentasjon) presenterer informantenes preferanser knyttet til hvilken form de ønsker at forskningsnyhetene skal være presentert i, avhengig av hvilken kanal de konsumerer nyhetene i.

Etter analysen undersøkte jeg nærmere hvilke relevante teorier og tidligere forskning jeg kunne ta i bruk. Grunnen til at jeg hovedsakelig fant teorien etter analysen var gjort var for å sikre at teorien er relevant basert på empirien, og ikke at teorien legger føringer på empirien og analysearbeidet. Derfor skrev jeg teorikapittelet etter analysekapitlene, hvor jeg deretter flettet relevant teori inn i drøftingen av funnene i analysekapitlene.

### **3.1.7 Forskningsetikk og vurderinger**

Mye av forskningsetikken knyttet til intervju som metode handler om hvordan forskeren samler inn, ivaretar, behandler og presenterer data. Siden opplysningene jeg innhentet og behandlet i forskningsarbeidet var personlige opplysninger, sørget jeg for å i forkant av intervjuene få forskningsprosjektet godkjent av Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (vedlegg 8.3).

For å finne informanter sendte jeg ut et informasjonsskriv som forklarte hva masteroppgaven handler om, hvilke informanter jeg ønsker å intervju og opplyste at de som ønsker å stille opp vil være anonymisert gjennom hele forskningsprosessen. Da jeg kom i kontakt med

informantene forklarte jeg nærmere hvordan dataene jeg får fra dem skal genereres, ivaretas, behandles og presenteres. De ble informert om at om de tillater lydopptak av intervjuet så er det kun jeg som har tilgang på lydopptaket og at det deretter skal slettes etter at lydopptakene er blitt transkribert. Samtidig forklarte jeg at de gjennom hele prosessen ville være anonymisert ved at de blir gitt pseudonymer.

Ettersom noen av informantene er innhentet via bekjente valgte jeg å ta noen flere grep for å ytterligere sikre anonymisering. Jeg valgte derfor å transkribere intervjuene på bokmål fremfor dialekt, samt valgte å fremstille utdanningen deres mindre konkret ved å plassere informantene i enten gruppen for naturvitenskapelige eller samfunnsvitenskapelige studier.

Temaet på min masteroppgave er ikke av sensitiv eller følsom natur, da det handler i hovedsak om informantenes vaner knyttet til lesing av forskningsnyheter, mediebruk og preferanser til presentasjonen av slike nyheter. For å sikre at det holdte seg til et ikke-sensitivt tema var jeg påpasselig med å holde meg til tema i intervjuguiden og med oppfølgings-spørsmålene underveis i intervjuet. For å være sikker på at informantene ikke skulle føle noe press til å måtte fullføre, i tilfelle de skulle føle seg utilpass på noen som helst måte, så opplyste jeg før og etter intervjuet at de på hvilket som helst tidspunkt kunne velge å trekke seg fra undersøkelsen om de skulle ønske dette. På slutten av hvert enkelt intervju takket jeg dem for å stille opp til intervju og for hjelpen, og sa i fra at om de skulle ha noen spørsmål knyttet til forskningsprosjektet i etterkant så måtte de gjerne kontakte meg.

## **3.2 Vurdering av datamaterialet**

For å sikre større grad av kvalitet i forskningsprosjektet skal jeg i dette underkapittelet redegjøre for min vurdering av datamaterialet knyttet til pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet (Tjora, 2012:202).

### **3.2.1 Pålitelighet**

Jeg skal nå ta for meg de interne forholdene i forskningsarbeidet for å styrke påliteligheten (reliabiliteten) i oppgaven ved å redegjøre for min rolle som forsker, min kjennskap til temaet, metodevalg og informantene sin troverdighet.

Min rolle som forsker og kjennskap til temaet kan være med å prege forskningsarbeidet og resultatene. For det første leser jeg selv forskningsnyheter og bruker både nettaviser og sosiale medier til å gjøre dette. Denne kjennskapen til temaet kan ha formet oppgaven ved at jeg kan ha gått glipp av viktige aspekter på grunn av mine forutinntatte antagelser knyttet til nyhetslesing og mediebruk.

Likevel er det umulig for en forsker å ikke ha noen kjennskap til det aktuelle temaet til oppgaven, og en slik kjennskap kan betraktes som en ressurs så lenge jeg redegjør for hvordan min rolle som forsker kan prege forskningsarbeidet. Min kjennskap til temaet er en ressurs ved at den har gjort det mulig for meg å stille gode og konkrete spørsmål i intervjuguiden, samt stille relevante oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuene.

Min interesse for temaet var utgangspunktet for at jeg ville skrive en oppgave knyttet til forskningsnyheter. Min rolle som forsker preger derimot ikke utelukkende oppgaven, da teori og tidligere forskning har bidratt til å utforme problemstillingene og utvalget av informantene. Unge voksne former det nye medielandskapet ved at de bruker mye tid på sosiale medier på daglig basis og bruker i stor grad internett til å oppdatere seg på nyheter, noe som ble utgangspunktet for oppgavens problemstillinger (Nordiske Mediedager, 2018). I tillegg var Snow sin teori om «de to kulturer» grunnen til at jeg valgte studenter som informanter til denne oppgaven.

Teori knyttet til mediebruk, nyhetslesing og medieformer la føringer for utformingen av intervjuguiden, dog det er selve funnene i empirien som la grunnlag for hva som til slutt ble analysekapitlene. Bruken av lydopptaker under intervjuene, som deretter ble transkribert, har bidratt til å skape nærhet til datamateriale ved at empirien er brukt for å belyse funn og tolkninger. Jeg kan ikke med sikkerhet si at andre forskere vil ha tolket funnene på akkurat samme måte som meg, men jeg vil argumentere for at de ulike grepene jeg har tatt har bidratt til å styrke oppgavens pålitelighet.

### **3.2.2 Gyldighet**

Opgavens gyldighet (validiteten) avhenger av om jeg faktisk svarer på de spørsmålene jeg har stilt (Tjora, 2012:206). For å styrke gyldigheten skal jeg redegjøre valg som er tatt når det gjelder datagenerering og teoretiske innspill, og diskutere hvordan disse henger sammen med forskningsspørsmålene.

Statistikk på hvilke medier unge voksne i Norge bruker for å oppdatere seg på nyheter ble brukt for å utforme problemstillingene i oppgaven. Da det ikke finnes mye tidligere forskning på hvordan unge voksne oppdaterer seg på forskningsnyheter og hvorfor de oppdaterer seg slik de gjør, valgte jeg en kvalitativ tilnærming for å undersøke dette. Intervjuguiden ble så utformet for å få svar på de spørsmålene jeg har stilt i problemstillingene.

For å kunne anse funnene som gyldige må mulige målefeil diskuteres. Datagenereringen for denne oppgaven var dybdeintervjuer, og det kan tenkes at informantene var preget av intervjusituasjonen slik at svarene de har gitt også har blitt preget av dette. Om forskningstemaet

er sensitivt kan informanter velge å holde tilbake informasjon (Tjora, 2012:160). Jeg mener at dette ikke har vært et problem for denne oppgaven, da temaet ikke er sensitivt eller privat.

En annen målefeil kan komme av at informantene blir usikker på hvor ofte de oppdaterer seg på nyheter, eller at de ønsker å oppgi at de oppdaterer seg hyppigere enn de egentlig gjør. Dette forsøkte jeg å løse ved å stille utdypende oppfølgingsspørsmål der jeg følte at de virket usikre, gav dem god tid til å reflektere og ba dem komme med konkrete eksempler. I tillegg visste de at de skulle anonymiseres, og derfor anser jeg ikke muligheten for at de skal overdrive hyppigheten av nyhetsoppdateringen deres som stor. Dessuten oppgav flere av informantene at de gjerne skulle vært flinkere til å oppdatere seg oftere, noe jeg anser som at tilliten mellom oss er god og dermed at svarene er ærlige og gyldige.

For å knytte funnene opp til et teoretisk rammeverk i analysen har jeg tatt i bruk teori om mediebruk, nyhetslesing og presentasjon av nyheter på internett, noe som vil være med på å styrke både resultatene og oppgavens gyldighet.

Teori og tidligere forskning er brukt for å undersøke om funnene i oppgaven kan styrke teorier og tidligere resultater, eller om det er nødvendig å lage nye konsepter knyttet til mediebruk for oppdatering av forskningsnyheter. Ved at tolkningene av funnene i denne oppgaven støtter seg på tidligere forskning, teori og statistikk om mediebruk og nyhetslesing anser jeg derfor gyldigheten til oppgaven som god.

### **3.2.3 Generaliserbarhet**

Et mål innenfor samfunnsforskning er å generalisere i en eller annen form (Tjora, 2012:207). Oppgaven er basert på dybdeintervjuer, hvor erfaringene, vanene, meningene og preferansene til et utvalg informanter blir studert. Derfor vil funnene fra disse aspektene ha grunnlag for å bli generalisert.

Funnene basert på dybdeintervjuene i dette forskningsarbeidet ligger nærmest en *moderat generalisering* (Tjora, 2012:212). Generaliseringen i oppgaven begrenses til settingen i forskningsarbeidet som er erfaringer unge voksne studenter har med å lese forskningsnyheter i nettaviser og sosiale medier og preferanser knyttet til formidlingen av slike nyheter. Om settingen forandres kan man ikke med sikkerhet lenger snakke om generalisering, da funnene i dette forskningsarbeidet knyttes mot utvalget av norske studenter i tyveårene. Utvalget er samtidig begrenset, hvor kun 8 informanter er blitt intervjuet, noe som betyr at det kan være erfaringer og meninger som ikke er blitt kartlagt.

Likevel kan resultatene i forskningsarbeidet generaliseres dersom funnene redegjøres presist for, og funn i oppgaven kan brukes som en indikasjon på hvorfor unge voksne leser ulike forskningsnyheter på den måten de gjør i nettaviser og sosiale medier.

Jeg vil også argumentere for at funnene i dette forskningsarbeidet peker mot en *konseptuell generalisering*, da jeg sikter mot å framstille funnene i form av begreper, konsepter og lovmessigheter som ikke spesifikt knyttes kun til empirien i dette forskningsarbeidet (Tjora, 2012:215). Et av mine mål gjennom dette forskningsarbeidet er derfor å «heve blikket» ved å se på generelle trekk og utvikle noen konsepter for hvordan forskningsnyheter kan formidles i nettaviser og sosiale medier for å treffe målgruppen unge voksne.

Så lenge man tar i betraktning at funnene i denne undersøkelsen er begrenset til settingen og utvalget, noe jeg også søker å gjøre påminnelser om i analysekapitlene, så kan konklusjonene ha grunnlag for å generaliseres.

## 4 Mediebruk og nyhetslesing

I dette kapittelet skal jeg redegjøre for informantenes interesse for forskningsnyheter og behov for å være oppdatert på nyhetsbildet. Deretter skal jeg undersøke hvordan informantene bruker nettaviser og hvert av de sosiale mediene til å lese forskningsnyheter. Avslutningsvis skal jeg undersøke hvilke situasjoner informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter og deres bruk av mobiltelefon og datamaskin til å gjøre dette.

Funnene i dette kapittelet vil blant annet bli drøftet i lys av teori og tidligere forskning knyttet til nyheter sin funksjon som lim i samfunnet, domestiseringsteori, Maria Bakardjieva sin teori om brukssjangre, Don Norman sin teori om affordance, Denis McQuail sin teori om behov og mediebruk, Charles Percy Snow sin teori om de to kulturer, samt Martin Engebretsen sin beskrivelse av nyhetslesere på nett.

Kartleggingen av informantenes vaner, behov, mediebruk og interesse for forskningsnyheter er viktig for å forstå hvorfor de har ulike preferanser til ulike kanaler å lese forskningsnyheter i og preferansene de har for formen og presentasjonen til forskningsnyhetene, noe jeg skal diskutere nærmere i kapittel 5.

### 4.1 Nyhetsinteresse og behov

Når det kommer til motivasjonen for å lese forskningsnyheter er det tre ulike behov som ser ut til å drive informantene. Disse behovene knyttes til hvor ofte og hvilke typer forskningsnyheter informantene oppdaterer seg på, og de tre typene har jeg kalt *vitebegjærlig*, *samfunnsborger* og *faginteressert*. Hver av informantene har mer enn én type nyhetsbehov, men de ulike behovene er nyttig å skille mellom da de belyser ulike sider av hvorfor de setter av tid til å lese forskningsnyheter i hverdagen.

#### 4.1.1 De vitebegjærlige

De vitebegjærlige har et behov for å lære noe nytt. Disse informantene er ute etter å lese forskningsnyheter som kan gi dem ny kunnskap og lære dem noe de ikke visste fra før. Akkurat hva slike forskningsnyheter handler om er ikke så nøye for dem, og Nikolai sier at dette er fordi han er en allmennviter som ønsker å lære seg «*litt om alt*».

De fleste informantene sier at de er interesserte i mye forskjellig og har et bredt interessefelt. Sara sier at hun «*liker å vite litt om mange ting. Det er kanskje ikke ett felt som utpreger seg, men å forstå litt av alt.*» Dette er i tråd med hva McQuail utdyper om behovet for informasjon som en grunn til at folk bruker tid på medier, nemlig at folk vil lære noe nytt og å mette nysgjerrigheten sin ved å finne ut hva som skjer nært og fjernt i verden (Aalen, 2016:35).

For de vitebegjærlige er det nysgjerrigheten som driver dem til å klikke seg inn på forskningsnyheter som omhandler nye oppdagelser, eller aktivt søke etter forskningsnyheter for å finne ut hvordan noe fungerer. Denne nysgjerrigheten for å lære noe nytt gjør at både Silje, Natalie og Nikolai noen ganger bruker Google mens de leser forskningsnyheter, for å søke etter ytterligere bakgrunnsinformasjon til forskningen som er gjort eller for å finne ut hva forskerne av studien har publisert tidligere.

Denne måten å aktivt lete etter nyheter kalte Engebretsen for *søkere* ved at nyhetsleserne ønsker svar på spørsmål som de har, noe en undersøkelse kalt *Nettavisen og brukerne* viste ved at 80 prosent av informantene i den undersøkelsen ikke følte at de fikk nok informasjon om hver enkelt nyhetssak (Engebretsen, 2013:76-77). Funnet i Engebretsen sin undersøkelse ser ut til å stemme for tendensen til de vitebegjærlige i denne undersøkelsen, da de oppsøker mer informasjon om de føler at nyhetssaken ikke har nok informasjon i selve artikkelen.

#### 4.1.2 Samfunnsborgerne

Samfunnsborgerne sitt behov for å oppdatere seg på forskningsnyheter ser ut til å komme av en slags pliktfølelse for å være oppdatert på hva som skjer i samfunnet. Denis McQuail peker på at en av grunnene til at folk bruker tid på medier er behovet for informasjon om sine omgivelser, samfunnet og verden (Aalen, 2013:38).

Dette behovet for informasjon gjør at informantene ønsker å oppdatere seg flere ganger daglig, og for Silje er dette behovet så stort at hun kaller seg for en «nyhetsjunkie» hvor hun i noen perioder oppdaterer seg en gang i timen. Hun sier at dette er fordi det gir henne en trygghetsfølelse å være oppdatert om hva som skjer rundt henne. Dette er i tråd med hva McQuail sier om behovet for informasjon, hvor man får en følelse av trygghet av å være oppdatert (Aalen, 2016:35).



Stine følger ikke like hyppig med på nyhetsbildet som Silje, men har likevel et behov for å være oppdatert: «...jeg synes jo det er viktig da, som samfunnsborger, å holde seg oppdatert og følge med på det som skjer.» Dette er noe alle informantene uttrykker som viktig. Stian peker på at spesielt forskningsnyheter er viktig å være oppdatert på siden det er forskning som driver utviklingen i samfunnet, og derfor har han et behov for å følge med på slike nyheter hver dag.

Å være en samfunnsborger handler om å delta i og være en del av samfunnet, og for å kunne dette må man være oppdatert på hva som foregår i samfunnet. Det ser ut til at informantene føler en slags plikt som samfunnsborgere til å være oppdaterte på nyhetsbildet, og slik føler de altså et behov for å oppdatere seg på forskningsnyheter.

I tillegg til behovet for informasjon er det også et behov for fellesskap i samfunnet som gjør at informantene holder seg oppdaterte på forskningsnyheter. Dette samsvarer med et annet behov som McQuail hevder driver mediebruken til folk, nemlig behovet for å føle fellesskap (Aalen, 2013:38). Ikke bare ønsker informantene å henge med i samfunnet, men også i samtaler med folk.

Ifølge mediesosiologien kan det å være oppdatert på nyheter fungere som et «lim» i samfunnet. Arbeidsoppgaver og roller er mer spesialiserte i det moderne samfunnet, noe som har medført at samfunnsmedlemmer er mer splittet fra hverandre enn tidligere. I det funksjonalistiske perspektivet kan media ha en samlende funksjon, hvor det å holde seg oppdatert på det samme nyhetsbildet i hverdagen kan bli sett på som et hverdagsritual som skaper fellesskap (Aalberg & Elvestad, 2012:56-57). Media setter dagsorden ved at nyhetsbildet til en viss grad bestemmer hva samfunnsmedlemmer diskuterer og prater om, og Sara påpeker at hun føler et behov for å være oppdatert på forskningsnyheter slik at hun henger med i samtaler med folk. Å følge med på nyheter kan fungere som «lim» i samfunnet ved at det gir samfunnsmedlemmer et felles referansepunkt og en felles virkelighetsoppfatning. Sara utdyper hvorfor hun synes det er viktig å være oppdatert på forskningsnyheter:

*«Det er så mye som skjer i dag. Ting utvikler seg så ekstremt fort. Jeg føler at for å henge med så må jeg vite litt om hva som skjer i verden, men så er det også utrolig spennende, for eksempel hvilken teknologi som utvikles og hva som skjer i hjernen. Så det er jo viktig å oppdatere seg for å klare å være en del av samfunnet i dag, og å holde følge med resten, og så er det det at det er spennende å følge med rett og slett. Og det er noe med det å holde samtaler med folk om nye ting som skjer. Og å vedlikeholde kunnskapen sin og oppdatere den.»*

Informantene mener at det er viktig å være oppdatert på hva som skjer i verden på forskningsfronten som samfunnsborgere, både for å få informasjon om og føle fellesskap til samfunnet.

Dette gjør at de føler en slags plikt og har et behov for å oppdatere seg på forskningsnyheter relativt ofte i hverdagen.

#### 4.1.3 De faginteresserte

Når det gjelder hvilke forskningsnyheter som informantene er interesserte i er dette først og fremst knyttet til deres studieretning. De faginteresserte informantene ønsker å være oppdatert på sitt fagfelt, følge med på hvordan forskningen på sitt fagfelt utvikler seg, og flere av informantene sier at det å bli student hadde mye å si på deres stigende interesse for forskningsnyheter. Silje utdyper hvordan sin interesse til forskningsnyheter er knyttet til det å være student:

*«Jeg synes det har veldig mye å gjøre med å være student. Og nå for eksempel så holder jeg jo på med det å finne tema for master, så jeg synes det er litt spennende å se hva forskjellige folk holder på med, hva som er sånn "up and coming" tema å forske på. Men jeg føler, som student, at det bare er mer og mer at jeg blir opptatt av det.»*

Samfunnsvitenskapsgruppen liker først og fremst å lese samfunnsvitenskapelige forskningsnyheter, og naturvitenskapsgruppen liker å lese naturvitenskapelige forskningsnyheter. For de faginteresserte ser vi altså et skille mellom de to studiefeltgruppene, eller «de to kulturene» som Snow ville sagt. Vi kan spesielt se motsetningen mellom de to gruppene når det kommer til hvilke forskningsnyheter de *ikke* har spesielt stor interesse av å lese.

Nikolai i naturvitenskapsgruppen sier at han ikke har interesse av å lese forskningsnyheter knyttet til språkforskning eller politikk- og valgkampforskning, hvor han sier at sistnevnte er «en smørje med bare tull.» Nora sier følgende om hvilke forskningsnyheter som hun ikke har interesse av å lese: «Det er vel egentlig humanistisk fakultet-ting som jeg ikke kommer til å lese. Ikke at jeg ikke synes det er spennende, men jeg pleier ikke å lese det.»

Naturvitenskapsgruppen har ikke spesielt stor interesse av å følge med på forskningen som skjer på de samfunnsvitenskapelige fagfeltene. Samfunnsvitenskapsgruppen på den andre siden forteller at det er en del forskningsnyheter knyttet til realfag som de ikke leser, spesielt innen matematikk og kjemi. Disse naturvitenskapelige forskningsnyhetene blir hovedsakelig ikke lest av dem fordi de ikke finner det interessant, de synes at slike nyheter er tørt og kjedelig eller at de ikke forstår det.

I boken *De to kulturer* hevder Snow at forskjellen mellom de to gruppene kommer av at studenter blir spesialisert på sitt fagfelt under utdannelsen (2001:37). Snow hevder at problemet starter når allmennutdanningen plutselig avsluttes når unge voksne starter på universitetet. De lærer ikke lenger om mange forskjellige fag slik de gjorde på videregående skole, men lærer

kun om sitt eget fagfelt. Ifølge Snow er konsekvensene av spesialiseringen at studentene splittes inn i to motpoler hvor de finner sitt eget fagfelt interessant og ser ikke relevansen for de andres fagfelt, og at de etterhvert kanskje ikke forstår hverandre lengre (Snow, 2001).

Vi kan se antydninger til Snow sine antakelser om to kulturer når det gjelder de faginteresserte ved at de er mest interessert i forskningsnyheter som knyttes til sitt eget fagfelt og hvor noen ikke synes forskningsnyheter knyttet til andre fagfelt er så interessant eller relevant. Snow forklarer at holdningene til de to kulturene er at de anser sitt eget felt som viktigere enn andre, noe både Nikolai og Nora uttrykker ved å fortelle om en svært liten interesse for «den andre kulturen» sine forskningsnyheter.

Om forskjellen mellom de to studiefeltgruppene i dette utvalget kommer av spesialiseringen i utdannelsen er vanskelig å si, spesielt når utvalget er så lite. Dessuten kan det hende at informantene ville studere det de gjør på grunn av en allerede eksisterende interesse for enten naturvitenskap eller samfunnsvitenskap før de startet utdannelsen, og at denne interessen ikke oppsto på grunn av spesialiseringen.

Et annet argument Snow trekker frem er at de to kulturene etterhvert ikke forstår hverandre. Snow forteller at han «*bemerket tidligere at de høyt utdannede medlemmene av den ikke-vitenskapelige (samfunnsvitenskapelige) kultur ikke greier å håndtere de enkleste begreper fra teoretisk vitenskap*» (2001:47). Når Snow sier enkle begreper eksemplifiserer han i boken at samfunnsvitenskapelige studenter sjeldent klarer å forklare termodynamikkens andre lov og begreper knyttet til molekylærbiologi.

Funnene i denne undersøkelsen viser at studenter i samfunnsvitenskapsgruppen noen ganger har problemer med å forstå innholdet i noen typer naturvitenskapelige forskningsnyheter, og unngår derfor å lese dem. Når Sara nevner hvilke forskningsnyheter hun ikke leser forteller hun også at hun ikke har nok kunnskap til å lese noen naturvitenskapelige forskningsnyheter:

*«Kanskje matematikk. Jeg har ikke så stor kunnskap om matematikk fra før på et høyt nivå, så det blir kanskje litt for spesifikt for meg. De fleste ting er interessant, men når det blir på et dybdekunnskapsnivå så krever det at du har et godt grunnlag fra før, så det er jo enkelte ting som blir litt for faglig på enkelte felt.»*

Dette er i tråd med hva Snow argumenterer for når han sier at spesialiseringen i utdannings-systemet gjør forskjellen mellom de to kulturene større, da Sara føler at hun ikke har nok kunnskap til å lese visse naturvitenskapelige forskningsnyheter nettopp fordi temaet er for spesialisert og krever dybdekunnskap.

Det er likevel verd å merke seg at det er kun noen få naturvitenskapelige forskningsnyheter som samfunnsvitenskapsgruppen ikke føler at de forstår, og Stian forteller at selv om han ikke nødvendigvis forstår alle naturvitenskapelige forskningsnyheter han kommer over så kan han likevel finne det svært interessant å lese. For han er kjemi og nanoforskning kjedelig, men «*fysikk og sånt er jo morsomt igjen da, for det handler om verdensrommet og ting jeg ikke forstår, men som kan være litt morsomt.*»

Tendensen er altså at informantene er mer interessert i forskningsnyheter knyttet til «sin kultur» enn den andre kulturen. Det er likevel ikke noen tydelig og stor motpol mellom de to gruppene slik som Snow hevder, men man kan skimte et visst skille mellom de to gruppene når man ser på hvilke type forskningsnyheter de interesserer seg for og ikke. Vi ser derfor at Snow kan har rett i at interessen snevrer seg inn mot sitt eget fagfelt i løpet av utdannelsen. Dog om grunnen til informantene sine interesser for visse typer forskningsnyheter kommer av spesialiseringen i utdanningssystemet er ikke mulig å si sikkert med det begrensede utvalget i denne undersøkelsen.

Selv om funnene viser at det hovedsakelig er studentenes egne fagfelt de er interesserte i å lese om, er det likevel noen felles forskningsnyheter som informantene liker å lese. Dette er hovedsakelig nyheter knyttet til medisin og helse, psykologi, klima og miljø, teknologi og astronomi. Slike forskningsnyheter er tema som angår alle i samfunnet, noe som kan forklare hvorfor disse interessene er felles for alle informantene og ikke er knyttet til «de to kulturene».

## **4.2 Passive skrollere og aktive søkere**

I dette underkapittelet skal jeg undersøke hvordan informantene bruker nettaviser og hvert av de sosiale mediene til å lese forskningsnyheter, både ved å se på hvordan de har domestisert kanalene og ved å ta teknologiske aspekter til de ulike kanalene i betraktning. Når det gjelder måten de oppdaterer seg på forskningsnyheter kommer jeg til å skille mellom to ulike nyhetslesere som jeg har valgt å kalle *passive skrollere* og *aktive søkere*.

### **4.2.1 Passive skrollere**

Domestiseringsteori handler om hvordan folk tilpasser seg teknologi slik at den skal passe inn i deres hverdag, men også hvordan teknologi tilpasser seg folk slik at den skal passe inn i deres hverdagsliv (Aalen, 2013:28). I denne undersøkelsen er teknologien det er snakk om de ulike kanalene som informantene leser forskningsnyheter i, og måten teknologien har lagt føringer for brukerne er blant annet ved at algoritmer bestemmer hvilket innhold som blir filtrert og presentert for brukerne. Algoritmene filtrerer innhold ved å lagre informasjon om brukernes interesser og bruksvaner, for deretter å gi dem mer av det innholdet de allerede er interessert i.

Algoritmene er en del av brukeropplevelsen i sosiale medier ved at brukerne ikke trenger å skrolle gjennom mye innhold for å finne noe som er interessant og relevant for dem, og knyttet til forskningsnyheter vil dette si at når informantene skroller på nyhetsstrømmen i ulike sosiale medier så vil de få presentert forskningsnyheter som de mest sannsynlig ønsker å bli oppdatert på. Algoritmene bidrar dermed til at informantene ikke trenger å vie spesielt mye tid eller konsentrasjon til å lete etter relevant innhold, og på denne måten kan de bli oppdatert på forskningsnyheter ved å passivt skrolle i nyhetsstrømmen. Algoritmene er altså en del av designet på sosiale medier som legger føringer for bruksmulighetene, altså den teknologiske affordansen. På grunn av dette teknologiske aspektet ved algoritmer i sosiale medier, har jeg kalt informantene som oppdaterer seg på forskningsnyheter på denne måten for *passive skrollere*.

Det er derimot ikke alle sosiale medier som blir brukt av informantene til å oppdatere seg på forskningsnyheter, selv om de sosiale mediene blir brukt daglig og algoritmen i teorien kan presentere relevante og interessante forskningsnyheter for dem. Grunnen til dette er at de ulike sosiale mediene er domestisert på ulike måter, og om informantene bruker kanalene til å oppdatere seg på forskningsnyheter avhenger av hva de allerede bruker kanalene til. Som Bakardjieva hevder er brukssjangre variable og dynamiske, og ifølge informantene er Instagram og Snapchat to kanaler de ikke ønsker å oppdatere seg på forskningsnyheter, mens Facebook har i løpet av de siste årene blitt mer og mer ansett som en informasjonskanal av informantene.

Av de ulike sosiale mediene er det hovedsakelig Facebook som brukes av alle informantene til å bli oppdatert på forskningsnyheter. Facebook blir brukt flere ganger i løpet av dagen til å oppdatere seg på hva som foregår i nærområdet med sine venner og bekjente, samt som en kilde til nyheter.

Flesteparten av informantene følger ulike aviser som deler forskningsnyheter og forskningssider på Facebook. Som oftest oppdager de forskningsnyheter «tilfeldig» på Facebook når de skroller gjennom nyhetsstrømmen og trykker seg inn på nyhetssaker som de finner interessant. Når jeg sier at de oppdager slike nyheter tilfeldig mener jeg at de ikke besøker Facebook for å bli oppdatert på forskningsnyheter, men at de trykker på forskningsnyheter som dukker opp i nyhetsstrømmen deres. Dette skjer på grunn av bruksmuligheten til Facebook, hvor algoritmen velger ut hvilke forskningsnyheter informantene kan være interesserte i slik at de får et skreddersydd innhold på nyhetsstrømmen.

Ved at algoritmen velger ut nyheter til informantene trenger de ikke å aktivt oppsøke forskningsnyheter her, da nyhetene dukker opp «av seg selv» i nyhetsstrømmen deres. Måten informantene finner forskningsnyheter på Facebook er ved å passivt skrolle på nyhetsstrømmen uten å lete etter noe spesielt, for så å enten lese overskrifter eller trykke seg inn på lenker til

nyhetsartikler som dukker opp her. Stine er en typisk passiv skroller når det gjelder å få med seg forskningsnyheter:

*«Jeg synes det er viktig å holde seg oppdatert, men jeg føler at jeg ikke trenger å gjøre så mye for å holde meg oppdatert fordi jeg får liksom med meg det som skjer uansett. Om man på en måte passer på å holde seg oppdatert eller om man bare sjekker Facebook innimellom, så får man liksom den informasjonen man trenger da. Så det er ikke akkurat sånn at jeg setter av tid i hverdagen til å passe på å holde meg oppdatert på nyhetsbildet.»*

Den teknologiske affordansen til Facebook, hvor algoritmen skreddersyr innhold på nyhetsstrømmen til hver enkelt bruker, gjør det mulig for informantene å passivt skrolle gjennom nyhetsstrømmen uten å lete etter noe spesielt og likevel bli oppdatert på forskningsnyheter. De passive skrollerne trenger altså ikke å vie mye tid, konsentrasjon eller oppmerksomhet for å bli oppdatert, noe Stine sier er en fordel ved det sosiale mediet: *«jeg synes Facebook fungerer veldig bra fordi man kan skrolle fort gjennom da, og man trenger ikke å bruke så mye tid og oppmerksomhet på å få med seg nyheter der.»*

I domestiseringsteorien er konverteringsfasen en kontinuerlig prosess, der oppfatningen av hvordan en teknologi (i dette tilfellet et sosialt medie) skal brukes er i stadig endring og varierer mellom grupper (Aalen, 2013:31). For informantene i denne undersøkelsen ble Facebook tidligere kun brukt til å kommunisere med venner, men opp gjennom årene har Facebook blitt en stadig større informasjonskanal hvor de får med seg nyheter. Akkurat hvorfor denne endringen i bruken har skjedd er vanskelig å si, men det ser ut til at algoritmen spiller en rolle, da algoritmens funksjon til å skreddersy nyhetsstrømmen til informantene ser ut til å være hovedgrunnen til at informantene finner forskningsnyheter på Facebook.

Ulike sosiale medier blir domestisert på ulike måter, og noe av grunnen til dette kan være at det er ulike teknologiske funksjoner som gir ulike muligheter og begrensninger for brukerne, altså den teknologiske affordansen (Norman, 2013). Instagram er et av de sosiale mediene som blir oftest brukt av informantene, og blir nesten utelukkende brukt til å følge venner, se på artige bilder og til å få inspirasjon. Instagram er en bildedelingstjeneste, hvor man ikke har mulighet til å dele lenker i teksten til bildene og der teksten til bildene har en begrenset lengde. Derfor synes de færreste av informantene at det passer å få forskningsnyheter på denne kanalen, noe Stine uttrykker slik:

*«Der (på Instagram) er jeg mer opptatt av det visuelle og bilder. Så på en måte, forskningsnyheter holder ikke med et bilde da, gjerne. Du må ha litt mer tekst. Også bruker jeg det på en helt annen måte, fordi jeg bruker det jo til å gjøre andre ting enn å se på nyheter og lese nyheter. Jeg bruker det mer til å få med meg det visuelle og litt mer sånn estetiske inntrykk da, enn faktaopplysninger.»*

Snapchat er det sosiale mediet informantene utelukkende bruker til å kommunisere med venner, til tross for at Snapchat har en egen funksjon hvor man kan abonnere på nyhetsaktører som deler nyheter. Ingen av informantene synes at forskningsnyheter er egnet her, og oppgir at grunnen til dette er fordi de kun bruker det som en sosial kanal, fordi nyhetene som deles her er populærvitenskapelige og lite troverdige, og på grunn av et uoversiktlig brukergrensesnitt. Informantene synes det er tungvint å skulle lese forskningsnyheter på Snapchat fordi de har allerede blitt vant med å bruke Snapchat på en annen måte hvor de kjapt skroller seg gjennom innholdet, og da passer det ikke å lese lengre forskningsnyheter her. Nikolai er en av de som er vant til å bruke Snapchat til å raskt oppdatere seg på innhold fra venner:

*«Når jeg går inn på Snapchat så sjekker jeg bare beskjeder jeg har fått eller at jeg skal sende bilder og meldinger til andre. Og så sjekker jeg MyStory. Og så er jeg ferdig med det. Jeg vet ikke helt hvordan jeg skal si det konkret, men det er ikke det (lese forskningsnyheter) jeg er på Snapchat for å gjøre tenker jeg.»*

Flere av informantene har oppdaget forskningsnyheter både på Instagram og Snapchat, dog deres oppfatning av hva de vil bruke disse sosiale mediene til i tillegg til de teknologiske begrensningene til kanalene gjør at de ikke synes at forskningsnyheter passer i disse kanalene. Selv om algoritmene presenterer relevante forskningsnyheter på Instagram og Snapchat, så ønsker ikke de passive skrollerne å bli oppdatert på nyheter i disse kanalene. Vi ser dermed at domestiseringsprosessen handler like mye om teknologisk affordance og brukssjangre når det kommer til om informantene ønsker å oppdatere seg på forskningsnyheter i ulike kanaler eller ikke. Facebook er derfor den eneste kanalen hvor de passive skrollerne har som vane å oppdatere seg på forskningsnyheter.

#### **4.2.2 Aktive søkere**

Det er to kanaler som informantene bruker på en annen måte enn å passivt skrolle seg gjennom nyhetsstrømmen når de skal oppdatere seg på forskningsnyheter, henholdsvis nettaviser og Youtube. Måten informantene oppdaterer seg i disse kanalene er ved å gå inn på disse kanalene og aktivt søke eller lete etter forskningsnyheter, og derfor har jeg kalt disse nyhetsleserne for *aktive søkere*.

Engebretsen forteller at når nyhetslesere bruker hypermedier, slik som både nettaviser og sosiale medier er, så er de både hva han kaller for surfende og søkende nyhetslesere. En surfer er når man navigerer seg assosiativt rundt på et nettsted for å se om det dukker opp noe av interesse, og en søker ønsker svar på et mer eller mindre konkret spørsmål som man har (Engebretsen, 2013:76). Disse to begrepene kan ses i sammenheng med funnene til min undersøkelse hvor de passive skrollerne leser forskningsnyheter de finner interessante om det dukker opp noe, og hvor de aktive søkerne leter etter forskningsnyheter.

Når det gjelder nettaviser besøker de fleste av informantene ulike nettaviser flere ganger daglig for å bli oppdatert på verden og samfunnet, og de har i tillegg et ønske om å bli oppdatert på nyheter innen forskning. Å besøke ulike nettaviser daglig er en vane de allerede har i hverdagen sin, slik at å finne forskningsnyheter i nettaviser har ganske sømløst blitt inkorporert i lesevanene. I motsetning til sosiale medier hvor algoritmer filtrerer og velger ut innhold i nyhetsstrømmen, er det i nettaviser redaktører som gjør denne jobben. På denne måten må informantene selv aktivt søke etter nyheter de ønsker å bli oppdatert på når de besøker nettsidene til nettaviser.

Informantene uttrykker at de synes det er viktig å lete etter forskningsnyheter på ulike nettaviser for å få et helhetlig nyhetsbilde, og dette gjør at de aktivt søker etter slike nyheter på flere ulike nettaviser. De uttrykker at algoritmene på sosiale medier ofte hindrer dem i å få et helhetlig nyhetsbilde, og mener derfor at det er nødvendig for dem å besøke flere nettaviser for å få bedre oversikt. Stian uttrykker dette slik:

*«Jeg synes at de tingene som publiseres i feeden (nyhetsstrømmen) på Facebook er mer spennende enn når jeg går inn på nettaviser selv. Der er det gjerne selektert allerede da, av algoritmen til Facebook. Jeg håper jo at det matcher preferansene mine da, og det virker som den gjør det, som regel, men det er jo alltid en sjanse for at den rett og slett selekterer ut for mye da, at jeg ikke får med meg det jeg egentlig burde fått med meg. At det egentlig kan lønne seg å gå via nettsiden, egentlig.»*

Den teknologiske affordansen hvor algoritmer velger ut innholdet på sosiale medier gir fordeler til informantene ved at de får relevante og interessante forskningsnyheter i nyhetsstrømmen, men har ulemper ved at det samtidig er en del forskningsnyheter de ikke får tilgang på ved at det blir filtrert bort. Algoritmen til Facebook filtrerer bort en del innhold på nyhetsstrømmen, slik at brukerne kun får tilgang på omtrent 16 prosent av innholdet i fra sitt nettverket (Haugseth, 2013:58). Stian forteller også at han ikke får et helhetlig nyhetsbilde av å oppdatere seg oftere på sosiale medier enn i nettaviser: *«Jeg føler at Facebook ofte gjør noen feil da. Når jeg har vært inne på nettavisen direkte så ser jeg «åh, hvorfor har ikke jeg fått dette her? Dette her burde vært publisert i feeden min.»*



Informantene er reflektere rundt fordelene og ulempene ved å få forskningsnyheter som en passiv skroller i sosiale medier, da det er algoritmen som velger ut hvilket innhold de får tilgang på og ikke, og denne innsikten motiverer dem derfor til å være aktive søkere og lete etter forskningsnyheter i nettaviser i tillegg til å bli oppdatert som passive skrollere.

At nyhetslesere er klar over om de har fått et helhetlig nyhetsbilde eller ikke er noe Engebretsen fant ut i sin undersøkelse *Nettavisen og brukerne*, hvor 80 prosent av informantene til denne undersøkelsen oppga at de ofte leste en nyhetssak som de ikke følte hadde tilstrekkelig informasjon om saken (2013:77). I likhet med Engebretsens søkere vil de aktive søkerne i denne undersøkelsen selv oppsøke informasjon når de har mer eller mindre konkrete spørsmål eller tema som de ønsker å vite mer om. Når informantene har lest en forskningsnyhet og likevel ønsker å vite mer om temaet de tar opp, tar flere av informantene i bruk Youtube for å få svar på det de lurer på.

Youtube skiller seg fra de andre sosiale mediene ved at man ikke må lage seg en brukerprofil for å ta i bruk tjenesten. Selv om dette er et av kriteriene for et sosialt medie, blir Youtube likevel omtalt som et sosialt medie ved at man har mulighet til å lage seg en brukerprofil (Aalen, 2016:19-20). Youtube er det sosiale mediet som blir brukt sjeldnest av informantene, men når det blir brukt er det som regel for å oppsøke videoer knyttet til forskningsnyheter. De fleste informantene oppsøker Youtube om de lurer på noe spesielt knyttet til forskning, og noen ganger om de blir linket til Youtube-videoer via Facebook. Nina bruker i tillegg Youtube daglig til å følge med på hva ulike Youtube-kanaler som hun abonnerer på har lagt ut.

Av informantene er det kun Nina som har en brukerprofil hun er logget inn på når hun tar i bruk tjenesten. Nina er dermed den eneste som bruker Youtube mer som en passiv skroller, noe som kan forklares ut i fra at algoritmene til Youtube foreslår innhold basert på hvilke videoer hun tidligere har sett på med sin brukerprofil. Selv om hun ikke trenger å aktivt søke etter forskningsnyheter når hun besøker Youtube på grunn av algoritmen, har hun likevel aktivt gått inn for å bestemme hvilken type innhold som dukker opp på nyhetsstrømmen sin da hun utelukkende abonnerer på Youtube-kanaler som deler forskningsnyheter. At hun besøker Youtube med intensjonen om å bli oppdatert på forskningsnyheter gjør at hun også kan kalles en aktiv søker når hun tar i bruk kanalen.

Resten av informantene som bruker Youtube besøker kanalen når de skal aktivt søke etter videoer om et spesifikt forskningstema som de er nysgjerrige på. Youtube blir i denne forstand hovedsakelig brukt til å lære mer om et tema som en forskningsartikkel har tatt opp. Nikolai forteller at om han har lest en artikkel om et forskningstema og ikke føler at journalisten

utdyper temaet på en tilfredsstillende måte, søker han etter videoer på Youtube som forklarer mer av forskningstemaet.

De aktive søkerne bruker dermed Youtube som en kanal for å supplere det de har lest i forskningsnyheter på andre kanaler. Grunnen til at det er Youtube som blir tatt i bruk til dette er ifølge informantene blant annet fordi at Youtube ofte har informative og underholdende videoer som forklarer forskningstemaer på en visuell måte i forhold til mange av nyhetsartiklene på nettaviser. I tillegg kan de ta i bruk Youtube uten å ha en brukerprofil fra før og slipper derfor å skrolle seg gjennom en nyhetsstrøm, hvor algoritmen har valgt ut innholdet, for å finne noe interessant. Silje forklarer at hun er en aktiv søker fordi hun synes det er alt for mye å skrolle seg gjennom på sosiale medier, så om hun lurert på noe så søker hun det opp selv. De fleste som tar i bruk Youtube gjør det for å finne ut av et spørsmål eller tema de vil vite mer om, og bruker søkemotoren for å finne akkurat det de leter etter.

Engebretsen sin teori om nettbrukere som søkere forteller at de ikke føler at de får nok informasjon i nyhetsartikler og ønsker svar på spesifikke spørsmål, og derfor oppsøker de mer informasjon selv (2013:76-77). Dette stemmer godt overens med funnene i denne undersøkelsen for de aktive søkerne, og det ser ut til at Youtube hovedsakelig er en kanal som brukes for å oppsøke mer informasjon om ulike forskningsnyheter.

Alle informantene er både passive skrollere og aktive søkere, da det kun avhenger av hvilke kanaler de bruker for å bli oppdatert på forskningsnyheter. Informantene ser ut til å foretrekke å være passive skrollere på Facebook da de finner forskningsnyheter som er interessante og relevante for dem på grunn av algoritmen, dog de er klar over at de ikke får et helhetlig nyhetsbilde av å bli oppdatert på nyheter på denne måten. Informantene som samfunnsborgere mener at det er viktig å vite hva som foregår i omverdenen, og de aktive søkerne oppsøker derfor nettaviser for et mer helhetlig nyhetsbilde og Youtube for å få mer informasjon om ulike forskningsnyheter.

### **4.3 Situasjoner og mediebruk**

I dette underkapittelet skal jeg undersøke hvilke enheter (mobiltelefon og datamaskin) informantene leser forskningsnyheter på og i hvilke situasjoner de oppdaterer seg på nyheter. Nesten alle informantene bruker både datamaskinen og mobiltelefonen til å oppdatere seg på forskningsnyheter, dog hvilken enhet de bruker når de oppdaterer seg kommer an på hvilken situasjon de er i. Hverdagen til informantene er preget av at de er travle studenter, da de daglig pendler mellom hjemmet, universitetet og en eventuell deltidsjobb. Som vi skal se nærmere på har informantene ulike vaner for ulike situasjoner når det gjelder nyhetsoppdateringen, og jeg kommer til å skille mellom to ulike nyhetslesere som jeg har valgt å kalle *travle nyhetslesere*

som bruker mobilen til å oppdatere seg på forskningsnyheter og *konsentrerte nyhetslesere* som bruker datamaskinen.

#### 4.3.1 De travle nyhetsleserne

Engebretsen forteller at vi som borgere av den sen-moderne, vestlige og urbaniserte kulturen har en tendens til å være travle, og forklarer videre:

*«Arbeidsformer, fritidsaktiviteter og krav til levestandard fører til at svært mange av oss har en meget travel hverdag, og kravet til effektiv tidsbruk er tilsvarende sterkt. Det gjelder også for måten vi bruker mediene på.»*

Med dette mener han at vi ønsker å vite at vi bruker tiden vår fornuftig, og med en gang vi finner ut at presentasjonen på en nettside er dårlig eller en nyhetssak ikke var like interessant som vi ønsket, så klikker vi oss raskt videre (Engebretsen, 2013:74). Til de travle nyhetsleserne må man i løpet av noen få sekunder forsikre dem at de bruker tiden sin fornuftig før de bestemmer seg for å klikke seg videre til noe annet, og denne tendensen er også tydelig hos informantene i denne undersøkelsen.

Å oppdatere seg på nyhetsbildet er det aller første og siste nesten alle informantene gjør hver dag, noe som hovedsakelig skjer ved at de skroller på mobiltelefonen inne på nettaviser eller Facebook sin nyhetsstrøm. Da oppdaterer de seg på nyhetsbildet generelt og leter ikke spesifikt etter forskningsnyheter, men trykker seg inn om det dukker opp noe. De travle nyhetsleserne har mye til felles med de passive skrollerne, og bruker mobilen til å skrolle for å finne forskningsnyheter.

For å lese forskningsnyheter på nettaviser og sosiale medier er informantene naturligvis avhengig av å ha internetttilgang når de oppdaterer seg på nyhetsbildet. Internetttilgangen varierer ut i fra hvor de fysisk befinner seg og om de bruker datamaskinen eller mobiltelefonen for å oppdatere seg.

Alle informantene har smarttelefoner som har tilgang på internett hvor som helst på grunn av 4G-teknologien, og dette gjør det mulig for informantene å oppdatere seg på forskningsnyheter mens de er på farten. En av hovedgrunnene til at mobilen blir brukt ofte i hverdagen er ifølge Stine på grunn av tilgangen på internett. Hun utdyper at *«...på PC-en så må du jo koble den til wifi, mens på telefonen så har jeg jo nett over alt. Så den kan jeg jo faktisk bruke over alt. Så derfor så blir det jo den som er enklest.»*

Mobilen er alltid i nær tilgjengelighet til informantene, og på grunn av størrelsen er den som regel alltid å finne i lommen deres. Nikolai sier at han foretrekker å lese forskningsnyheter på datamaskinen, men innrømmer at det likevel er mobilen som blir brukt hyppigst: *«Det er*

*fordi jeg synes det er litt mer tiltak å plukke opp dataen (informant ler). Fordi jeg er litt lat. Det er nok fordi at mobilen er mest tilgjengelig at jeg bruker den mest.»* Stine forteller også at hun *«bruker mest mobiltelefonen, fordi den har jeg jo lett tilgjengelig hele tiden. Den har jeg alltid med meg.»* På grunn av designet på teknologien, hvor den er liten og tilgjengelig med tilgang på internett, har mobilen blitt inkorporert i hverdagsrutinene til informantene og blir brukt kontinuerlig i løpet av dagen.

Mobilen har også blitt domestisert og fått en sentral rolle i hverdagen til informantene ved at de bruker en del tid på ulike sosiale medier til å kommunisere med venner i løpet av dagen, og flere av de sosiale mediene har man kun tilgang til på mobiltelefonen via apper. Behovet for sosial interaksjon gjør at informantene bruker mobilen til å sjekke nyhetsstrømmen i sosiale medier kontinuerlig i løpet av dagen (Aalen, 2013:38). Silje er den eneste informanten som ikke bruker mobilen hyppig i hverdagen, og oppgir selv at dette kun er fordi mobilen hennes er dårlig og treig å bruke fordi den er gammel.

Informantene trekker frem at fordelen med mobilen er at den er liten i størrelsen, og derfor lett og diskret å bruke, og den blir som oftest brukt til å oppdatere seg på forskningsnyheter når de venter eller sitter på bussen, mellom avtaler i løpet av dagen, når de kjeder seg eller har litt «dødtid» som de vil fylle. Denne mediebruken er i tråd med hva McQuail sier er et behov for tidsfordriv og underholdning (Aalen, 2013:38). Stian sier at han bruker mobilen til å oppdatere seg på forskningsnyheter når han har dødtid og kjeder seg litt:

*«Det er som regel når jeg kjeder meg litt. Gjerne på bussturer og når jeg venter på folk og sånt så setter jeg meg litt på mobilen og da skroller jeg nedover Facebook og ser. Slik som på veien hit så var jeg inne på forskning.no (via en lenke på Facebook) og leste en artikkel om... jeg husker ikke helt hva den handlet om nå, men... jeg leste en artikkel der.»*

Å bruke mobilen til å skrolle i sosiale medier for å fylle tomrom i hverdagen samsvarer med behovet for tidsfordriv som Denis McQuail sier driver mediebruken vår (Aalen, 2013:38). Pendletid og ventetid er derfor blitt «skrolletid» for de travle nyhetsleserne, og i disse situasjonene leser informantene forskningsnyheter om det tilfeldigvis dukker opp på nyhetsstrømmen i ulike sosiale medier, og hovedsakelig skjer dette på Facebook.

I en travel hverdag ønsker de travle nyhetsleserne å oppdatere seg hyppig, kjapt og effektivt på mobilen uten å bruke for mye tid, konsentrasjon eller oppmerksomhet på nyhetsoppdateringen, spesielt når de sitter på bussen og trenger å følge med på når de skal gå av bussen. Flere av informantene oppgir at de har dårlig konsentrasjon og liten oppmerksomhetsspenn, og Stine forteller at spesielt Facebook fungerer bra til å få med seg forskningsnyheter ved å passivt skrolle på mobilen når hun har litt tid til overs i sin travle hverdag. Kravene til de

travle nyhetsleserne er at forskningsnyhetene må fange oppmerksomheten raskt, hvis ikke skroller de videre til noe annet siden de ikke skal bruke så lang tid på oppdateringen.

Grunnen til at flere av de travle nyhetsleserne oppgir at de har dårlig konsentrasjon og liten oppmerksomhetsspenn er vanskelig å si sikkert, men det kan ha en sammenheng med at de befinner seg i situasjoner hvor de må følge med på flere ting samtidig, har liten tid eller er i situasjoner hvor mye foregår rundt dem. Disse informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter på mobilen rett før de står opp og skal starte dagen, rett før de skal sove, når de har en liten pause før en avtale, eller når de venter eller sitter på bussen med mange mennesker rundt seg. Disse situasjonene krever at informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter kjapt og med mulighet til å avbryte nyhetsoppdateringen om noe i omgivelsene rundt dem krever at de følger med på hva som skjer.

De travle nyhetsleserne velger altså å bruke mobilen til å oppdatere seg på forskningsnyheter, da denne er lett å ta opp fra lommen når de er på farten, og som passive skrollere finner de forskningsnyhetene hovedsakelig ved å bruke Facebook.

#### **4.3.2 De konsentrerte nyhetsleserne**

Når informantene skal oppdatere seg aktivt på forskningsnyheter er dette i situasjoner hvor de har bedre tid og mer konsentrasjon, noe som for dem er på universitetet, på jobb og hjemme. Da bruker alle informantene datamaskinen til å oppdatere seg på forskningsnyheter og går direkte inn på nettaviser for å gjøre dette.

Når de konsentrerte nyhetsleserne er på universitetet, hjemme eller jobb sitter de som regel allerede foran datamaskinen og har tilgang på trådløst internett, så å oppdatere seg på forskningsnyheter på datamaskinen er derfor blitt ganske sømløst inkorporert i informantenes vaner og hverdagsrutiner. For å lese forskningsnyheter i disse situasjonene åpner informantene nettleseren og søker opp ulike nettaviser og gjør dette når de for eksempel vil ha en liten pause fra studiene eller jobb.

I disse situasjonene har informantene mer rolige omgivelser rundt seg, i forhold til når de er på farten og for eksempel sitter på bussen rundt mange folk. De har altså både mer tid og konsentrasjon til å lese lengre forskningsnyheter. I slike rolige omgivelser foretrekker alle informantene datamaskinen fremfor mobiltelefonen fordi datamaskinen har større skjerm, slik at det er mer behagelig å få med seg lengre forskningsnyheter siden teksten blir større.

Nikolai påpeker at mange nettsider ikke har tilpasset nyhetsteksten for små skjermer slik som på mobilen, og at dette er en av grunnene til at han bruker mer tid til å lese forskningsnyheter på datamaskinen mens han er på jobb eller hjemme:

*«...Og så går det på formatet du får på telefonen, fordi det blir så oppstykket, synes jeg. Fordi du får tekst, og så mellomrom, bilde, og så tekst under igjen. Mens når du har PC på nettaviser, så har du ofte bilde integrert og innflettet mye bedre sammen med teksten, så da får jeg mer litt bedre inntrykk når jeg leser.»*

Ifølge informantene har datamaskinen en brukervennlig nettleser som gjør det lett å oppdatere seg på forskningsnyheter. Spesielt Nina og Nikolai har en fast rutine på hvordan de leser forskningsnyheter på datamaskinen, noe som er muliggjort av designet på nettleseren. De oppdaterer seg ved å gå direkte inn på nettaviser og nettsider som deler forskningsnyheter, blar nedover forsiden og får oversikt over nyhetene, og så åpner de en ny fane i nettleseren for hver forskningsnyhet som de vil lese. Deretter går de inn på hver enkelt fane, leser hele forskningsnyheten, og krysser ut fanene i tur og orden når nyheten er lest. Nikolai forteller at om han ikke får lest alle forskningsnyhetene når han oppdaterer seg, så har han fanene åpen og leser dem på et senere tidspunkt.

Alle informantene setter av lengre tid på lese forskningsnyheter på datamaskinen enn på mobilen, og det hender at de fleste informantene trykker seg videre på lenker i nyhetsteksten til lignende forskningstemaer. Nina sier at hun kan «*havne i et hull*» når hun gjør dette, hvor hun leser mange forskningsartikler om hun først finner noe interessant.

Silje, Natalie og Nikolai bruker også Google til å oppsøke flere artikler om de finner en interessant forskningsnyhet. Natalie foretrekker datamaskinen til dette på grunn av designet, da den har et bedre tastatur, en bedre nettleser til å søke etter forskningsnyheter og nettsider er ofte bedre tilpasset dataskjermen i forhold til mobilskjermen.

I tillegg til nettaviser blir også Youtube brukt av nesten alle informantene til å oppdatere seg på forskningsnyheter når de sitter på datamaskinen. Måten de oppdaterer seg på forskningsnyheter på Youtube er hovedsakelig at de aktivt søker etter forskningsvideoer om tema de er nysgjerrige på.

Det er kun når informantene er på datamaskinen hjemme at Youtube blir tatt i bruk. Grunnen til at Youtube bare blir tatt i bruk når informantene sitter hjemme er blant annet fordi dette er en rolig omgivelse hvor lyden av videoene ikke forstyrrer de rundt dem, som det ville gjort om de for eksempel hadde vært på universitetet eller på jobb. Brukssjangeren er altså påvirket av situasjonen de er i når de skal oppdatere seg på forskningsnyheter.

Informantene gir uttrykk for at de vil slappe mer av med nyhetsoppdateringen hjemme kontra når de er på universitetet og jobb. Denne bruken er i tråd med McQuail sin teori om mediebruk for tidsfordriv og underholdningen sin skyld, så at de velger å oppdatere seg på forskningsnyheter på Youtube hjemme kan tenke seg å være fordi at disse nyhetene oftere har et mer underholdningspreg over seg enn forskningsnyheter formidlet i andre medieformer (Aalen,

2013:38). I tillegg foretrekker informantene å se på Youtube på datamaskinen fremfor mobilen når de er hjemme på grunn av at datamaskinen har en større skjerm, noe som gjør det mer behagelig å se på lengre videoer når de skal slappe av og bruke lengre tid på å oppdatere seg.

De konsentrerte nyhetsleserne er i stor grad de aktive søkerne, hvor disse nyhetsleserne velger å bruke datamaskinen til å aktivt oppdatere seg på forskningsnyheter på nettaviser og Youtube. Det ser ut til at det både er de tekniske aspektene med datamaskinen og situasjonene de er i når de sitter på datamaskinen som gjør at informantene er aktive søkere etter forskningsnyheter. Med en brukervennlig nettleser og stor skjerm i rolige omgivelser får de konsentrerte nyhetsleserne både mer tid og konsentrasjon til å lese flere og lengre forskningsnyheter i nettaviser og på Youtube.

#### **4.4 Oppsummering**

Ifølge funnene i denne undersøkelsen ser det ut til at det er tre ulike behov som driver informantene til å oppdatere seg på forskningsnyheter i hverdagen. For de vitebegjærlige er dette ønsket om å lære noe nytt, for samfunnsborgerne er det for å være oppdatert om hva som skjer i verden, og for de faginteresserte kommer behovet fra en interesse for sitt eget studiefelt.

Hvordan informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter varierer ut i fra situasjonen de er i, da ulike situasjoner legger føringer på hvor mye tid, konsentrasjon og oppmerksomhet de har til å oppdatere seg.

De travle nyhetsleserne er de som oppdaterer seg mens de har litt tid til overs mens de venter på avtaler eller pendler. Siden de er på farten tar de i bruk mobilen som alltid er lett tilgjengelig for dem og har internettilgang. I disse situasjonene har ikke informantene så mye tid, konsentrasjon eller oppmerksomhet til å oppdatere seg siden det er flere ting som foregår rundt dem som de må være oppmerksomme på, og derfor skroller de passivt på Facebook og leser kun de forskningsnyhetene som fanger oppmerksomheten deres.

De konsentrerte nyhetsleserne på den andre siden oppdaterer seg når de er i rolige omgivelser hvor de har både mer tid, konsentrasjon og oppmerksomhet, og dette er når de er på universitetet, jobb og hjemme. De bruker datamaskinen til å gjøre dette da de som regel allerede bruker den i disse situasjonene, samt at de foretrekker den store skjermen og brukervennlige nettleser. De konsentrerte nyhetsleserne leser gjerne flere og lengre forskningsnyheter og søker aktivt etter dem på ulike nettaviser, og bruker Youtube til å se flere og lengre videoer når de er hjemme og ikke forstyrrer noen andre.

Teknologi legger visse føringer for bruksmulighetene, hvor man for eksempel ikke kan bruke datamaskinen til å lese nettaviser om man ikke har tilgang på internett. Man kan likevel ikke kun undersøke teknologien sitt design for å finne ut hvordan den blir tatt i bruk, slik

Norman argumenterer for. Som Bakardjieva forteller kan teknologi bli tatt i bruk på utallige måter, noe vi kan for eksempel se for hvordan Youtube blir tatt i bruk. Selv om Youtube er designet slik at brukerne kan lage seg en brukerprofil, abonnere på Youtube-kanaler og få innholdet tilpasset av algoritmene, bruker likevel informantene Youtube mer som en kanal hvor de selv søker etter innhold de allerede vet at de vil finne frem til ved hjelp av Youtube sin søkefunksjon.

Ut i fra mine funn ser det ut til at det er vanene til informantene og situasjonene de er i som hovedsakelig legger føringer for hvordan de bruker teknologi til å oppdatere seg på forskningsnyheter. De passive skrollerne ønsker å bli kjapt oppdatert når de er på farten, og velger å bruke sin lett tilgjengelige mobiltelefon og Facebook hvor det mest relevante innholdet blir presentert først til å gjøre dette. De aktive søkerne har mer tid og velger derfor å bruke datamaskinen til å lese forskningsnyheter mer behagelig på en større skjerm og med en brukervennlig nettleser, og leter etter flere og lengre forskningsnyheter på nettaviser og Youtube.

Når det gjelder Snow sin teori om *De to kulturer* og skillet mellom studiegruppene, kunne man se størst forskjell mellom de to gruppene på de faginteresserte. Dette er fordi de faginteresserte er aller mest interessert i forskningsnyheter knyttet til sitt eget studiefelt og ofte lite interessert i å lese forskningsnyheter knyttet til den andre gruppens studiefelt. Snow hevdet at interessen for sitt eget studiefelt blir sterkere i løpet av utdannelsen og at interessen for andre sitt studiefelt minker, og dette ser ut til å stemme overens med mine funn.

Derimot hevder Snow videre at spesialiseringen innen enten naturvitenskap eller samfunnsvitenskap lager et såpass stort skille mellom studentene at de får ulike holdninger, verdier og atferdsmønstre. Han så på de to studiegruppene som to motpoler som har lite, om noe, til felles (Snow, 2001:24). Denne store ulikheten mellom gruppene som Snow hevder finnes er ikke tilstede i funnene i denne undersøkelsen. Både holdningene og atferdsmønstrene ser ut til å være relativt like for begge gruppene. Det som endrer atferdsmønstrene deres ser ut til å skje basert på hvilken situasjon de er i, og er preget av at de er studenter med en travel hverdag. Grunnen kan være at Snow kanskje har overvurdert hvor mye studieretningen påvirker den enkelte student. Muligens ble man mer formet og dannet av utdannelsen på tiden da Snow skrev *De to kulturer*, men ut ifra funnene i denne undersøkelsen å dømme er det ikke et tydelig skille mellom de to studiegruppene når det gjelder holdninger og atferdsmønstre.



## 5 Form og presentasjon

Til nå har jeg undersøkt behovene informantene har for å oppdatere seg på forskningsnyheter og deres lesevaner når det gjelder når, hvordan og i hvilke kanaler de oppdaterer seg. Som vi har sett er det hovedsakelig på nettaviser, Facebook og Youtube at informantene leser og ønsker å lese forskningsnyheter. I dette kapittelet skal jeg undersøke hvordan og i hvilken form (tekst, bilde, video, lyd og kombinasjon) informantene foretrekker at forskningsnyheter blir presentert i disse kanalene. For å undersøke dette skal jeg hovedsakelig ta i bruk teori fra boken *Web-medier* av Anders Fagerjord.

Tekst, bilde, video og lyd er ulike former, eller hva Anders Fagerjord kaller *modus* i sin bok *Web-medier* (2008). I motsetning til tradisjonelle medier som bare har mulighet til å ha en eller to medieformer, slik som papiravisene har tekst og bilder, og radio kun har lyd, er digitale kanaler multimodale. At digitale kanaler, slik som nettaviser, Facebook og Youtube, er multimodale vil si at man kan gjenskape og kombinere alle tidligere medieformer, slik som tekst, bilde, lyd og video (Fagerjord, 2008:20).

I praksis vil det si at innhold som publiseres på Facebook kan både være tekst, bilder, video og lyd, både alene og i kombinasjon. Multimodalitet i digitale kanaler gir mange muligheter til å formidle forskningsnyheter på ulike måter, og i dette kapittelet skal jeg redegjøre både hvordan informantene foretrekker å få presentert forskningsnyheter i de ulike kanalene og hvordan de ikke ønsker å få slike nyheter presentert.

### 5.1 Tekst: «Jeg er veldig glad i tekst fordi det står stille. Det går ikke i fra deg.»

Tekst er hva Fagerjord kaller et statisk modus, noe som betyr at teksten står i ro (Fagerjord, 2008:23). Denne egenskapen til tekst gjør at leserne kan lese i sitt eget tempo, gå tilbake og lese deler på nytt, hoppe over deler av teksten eller skimlese, og det gir leserne en god oversikt over hele teksten ved at de i digitale kanaler kan skrolle opp og ned.

Når det gjelder lengde har ulike digitale kanaler ulik mulighet til å publisere tekst. Nettaviser har nærmest ubegrenset mulighet til å publisere og arkivere flere og lengre tekster. Noen kanaler, slik som Instagram, er et bildebasert sosialt medie og mengden med tekst under bildene er begrenset. Andre sosiale medier, slik som Facebook, gir brukerne mulighet til å publisere større mengder med tekst, hvor tall fra 2011 viser at teksten i et Facebook-innlegg

kan være hele 63 206 karakterer lang, dog viser bare noen setninger i nyhetsstrømmen og en «vis mer»-knapp om teksten er over et avsnitt langt (Furu, 2013:45).

Facebook, i motsetning til for eksempel Instagram, har mulighet til å legge ved lenker til lengre artikler, noe som er en god løsning slik at ikke all teksten dukker opp i selve nyhetsstrømmen til Facebook, men heller sender leserne videre til en nettavis som har mulighet til å vise hele teksten.

Det er noen ulikheter knyttet til hvilken lengde på teksten nyhetsleserne ønsker på nettaviser og Facebook, og noe av grunnen til dette er Facebook sin begrensning når det kommer til hvor mye tekst som får plass i selve nyhetsstrømmen. De fleste av informantene sier at hvis det er så mye tekst på Facebook at det er en «vis mer»-knapp, så skroller de bare videre.

Informantene har et krav om at teksten på Facebook ikke skal være mer enn noen setninger lang, og at teksten skal kombineres med en lenke til en nettavis der forskningsnyheten er publisert. *«Jeg liker at det er en link til en artikkel. Jeg vil ikke lese ting på Facebook, jeg vil bare finne det der»* forteller Nina.

Kravet om at teksten på Facebook skal være veldig kort og inkludere en lenke kan ha sammenheng med at nyhetsleserne på Facebook er travle og passive skrollere som ikke har tid, konsentrasjon eller oppmerksomhetsspenn nok til å lese en lengre tekst inne på Facebook. Silje uttrykker dette slik:

*«Jeg føler at på Facebook så er oppmerksomheten min veldig begrenset. Jeg vet ikke hvor langt dette er, men om man må trykke på «vis mer», da er det for langt. Det må liksom passe inn i den rammen, at den ikke må utvides. Tre linjer kanskje. Så dette er maks antall tekst.»*

Informantene forteller at selve teksten ved lenken til forskningsnyheten skal kort oppsummere hva saken handler om eller eventuelt trigge nysgjerrigheten nok til at de føler at de må trykke på lenken, lese saken og finne ut hva forskningsnyheten handler om.

Flere informanter nevner at det er viktig å fange oppmerksomheten på Facebook med en kort tekst, slik at de skal ta seg tid til å trykke seg inn på lenker og å lese forskningsnyhetene. *«Det er liksom hele tiden kampen om å holde på oppmerksomheten til leseren»* sier Sara. Å ha liten tid og kort oppmerksomhet er i tråd med hva Engebretsen fant ut da han undersøkte nyhetslesere på nett, hvor de er preget av en travel hverdag slik at de har et krav om å bruke tiden sin effektivt når de bruker medier til å lese nyheter (2013:74).

Siden nyhetsleserne på Facebook er travle og passive skrollere skummer informantene som regel gjennom forskningsnyheten for å få med seg det viktigste, for så å gå tilbake til Face-

book og skrolle videre igjen. Måten å holde på oppmerksomheten til nyhetsleserne på Facebook når det gjelder tekst ser ut til å være å ha teksten så kort, konsis og interessant som mulig, noe Sara uttrykker slik:

*«For å fange interessen min så må du på en måte være kort. Og jeg tror det er veldig sånn for de aller fleste. Hvis det ikke er noe som er veldig spesielt interessant så skimleser vi som regel gjennom det, fordi vi har travle liv.»*

Teksten på nettaviser skal ifølge informantene heller være for lang enn for kort. Vi vet at det er de konsentrerte nyhetsleserne og aktive søkerne som besøker nettaviser, og de har gjerne mer tid, konsentrasjon og oppmerksomhetsspenn til å lese lengre og flere tekster.

Informantene ønsker at teksten skal inneholde både forskningsmetoden, tall og statistikk knyttet til funnene og eksempler som kan forklare hvordan forskningsresultatene kan brukes i virkeligheten. Informantene er mest interessert i å lese ingressen og resultatene av forskningen, dog de vil også ha muligheten til å skimlese detaljene ved forskningen og eventuelt lese det på nytt om de for eksempel synes at forskningsresultatet ikke stemmer overens med sine egne forventninger eller om resultatet høres rart ut. Hvis forskningsnyheten ikke inneholder alt dette føler de at teksten er mangelfull og lite troverdig. De har altså krav til at teksten på nettaviser skal være troverdig og seriøs, og heller for lang enn for kort.

Selv om de som leser forskningsnyheter på nettaviser ønsker at teksten skal ha en viss lengde, ønsker alle informantene at teksten skal være oppdelt i flere mellomtitler slik at teksten blir oversiktlig og lett å orientere seg i om de ønsker å skimlese eller hoppe over deler og raskt kunne hoppe til de delene de er interessert i. Stine liker denne egenskapen ved tekst:

*«Jeg er veldig glad i tekst fordi det står stille. Det går ikke i fra deg (...) Du kan hoppe frem og tilbake i den. Og man kan også da lett hoppe over deler av teksten. Hvis man er mest interessert i akkurat resultatet, så kan man bare hoppe rett til siste del av teksten.»*

I tillegg til oversiktlige mellomtitler er alle informantene positive til bruken av infobokser i forskningsnyheter. Infobokser er en rute med tekst ved siden av selve artikkelen og inneholder enten oppsummeringspunkter av forskningsfunnene, tall og statistikk knyttet til forskningen, bakgrunnsinformasjon til forskningen og forskningsfeltet, eller forklaringer av fagbegreper som blir brukt i teksten.

Bruken av infobokser gjør at informantene kan velge å lese eller hoppe over det, avhengig om de vet noe om forskningen fra før eller ikke. Infobokser deler opp teksten og gjør den mer oversiktlig, og bidrar samtidig til at forfatteren av forskningsnyheten ikke trenger å

bake inn all den ekstra informasjonen inn i selve artikkelen, noe som gjør forskningsnyheten lettere å lese. Fagerjord (2008) sier at egenskapen til tekst som statisk modus gir god oversikt over innholdet, noe alle informantene synes er en positiv egenskap ved tekst. «*Jo mer organisert og oversiktlig det er, jo bedre liker jeg det*» forteller Sara.

Det som er felles for hvordan informantene ønsker tekst på nettaviser og Facebook er at språket skal være lettforståelig, slik at alle skal kunne forstå hva det dreier seg om. Silje sier: «*Altså, jeg kan ikke de latinske navnene på alle deler av kroppen, men det skal likevel være mulig for meg å kunne lese om den nyeste kreftforskningen eller slike ting.*»

I boken *Forskningjournalistikk* står det at språket er det største hinderet i forskningjournalistikken, og at journalistene bør unngå forskernes fagtunge og presise språk slik at det blir forståelig for leserne (Kristansen & Spilde, 2015:109). Stine sier at hun ønsker et så lettfattelig språk som mulig slik at hun slipper å bruke tid på å forstå teksten og selv lete etter det viktigste i teksten. Hun mener at det er journalistene sin jobb å formidle forskningsnyheten så enkelt og greit som mulig og fortelle leseren hvorfor forskningen er viktig.

Sara mener at man bør forenkle språket mest mulig for å nå ut til flest mulig, så lenge man ikke mister noe essensielt av innholdet, og sier at alle vinner på at så mange som mulig klarer å henge med. Hun foreslår at journalistene bør unngå å være pinlig nøyaktig med mange spesifiseringer og detaljer i forskningsnyheter, og heller trekke brede linjer slik at folk forstår hovedargumentet. Hun sier videre:

*«Jeg tror det er en veldig stor del av utfordringen i forskningen, det handler om å treffe folk som ikke har studert det eller er akademisk utlært. Så jeg tror forskningen kunne ha vunnet på å prøve å forenkle seg litt eller gjøre det mer forståelig og underholdende for folk, uten å miste forskningen sin integritet. Det mener jeg er viktig.»*

Mange forskningsfelt er store, komplekse og inneholder mye informasjon, og kan derfor være vanskelig å forstå. Forskere benytter seg ofte av presise tall og prosentandeler i sine forskningsstudier, og dette kan bli for presist for folk flest. I boken *Forskningjournalistikk* argumenteres det for å unngå unødvendige presiseringer og detaljer, og det anbefales journalister å heller skrive «en liten minoritet» eller «en stor gruppe» når man omtaler personene i studien, om man har nevnt hvor mange personer som ble brukt i forskningsstudien, slik at ikke leserne går i surr av for mange tall og prosentandeler (Kristansen & Spilde, 2015:113).

En annen måte å gjøre teksten mer forståelig og interessant er ifølge informantene ved å bruke eksempler. Eksempler kan gjøre et tørt eller vanskelig forskningstema lettere ved å forklare leserne hvordan forskningen blir brukt eller kan brukes i virkeligheten, potensialet forskningsresultatet kan ha for fremtiden og hvilken nytte det kan ha i samfunnet. Sara sier at

eksempler er viktig fordi de hjelper leserne til å forstå hvorfor funnene er interessante. De fleste informantene mener at det bør være eksempler i forskningsnyheter, og Nikolai forklarer hvorfor:

*«Det (eksempler) synes jeg er veldig nyttig, og spesielt hvis det er satt i virkeligheten da. Jeg leser for eksempel mye om revisjonsstandard, og det er jo veldig uinteressant for folk flest, men når de faktisk setter eksempler om hvordan det fungerer i enkelte virkelige norske bedrifter så får man, i alle fall jeg, et mye bedre inntrykk av det og sitter igjen med mye mer. Jeg synes det blir mye mer interessant. Så bruk av eksempler er tommel opp.»*

Selv om informantene ønsker at teksten skal være så forståelig og interessant som mulig, har de også krav til at teksten må være troverdig. Dette inkluderer at teksten inneholder fagbegreper og informasjon om forskningen, slik som kildehenvisninger og forskningsmetoden.

Grunnen til at informantene synes det er viktig at teksten inneholder kildehenvisninger og forskningsmetode er fordi at dette gir dem mulighet til å selv vurdere hvor troverdig forskningen og resultatene er. Om dette ikke er med i teksten forteller informantene at de blir fort skeptisk og kritisk og at forskningsnyheten mister verdi.

Ifølge informantene bør kildehenvisningene både være skrevet i selve teksten og være i form av en lenke til hvor informasjonen er hentet fra, slik at de kan vurdere kildenes troverdighet. Stine sier at det er viktig å ha muligheten til å selv vurdere hvor troverdig forskningen er ved å se hvem som har utført forskningsstudien: *«Fordi hvis det er en forskningsnyhet som ikke er en ordentlig undersøkelse, så er det jo ikke verd noen ting som en forskningsnyhet. Så det er jo veldig viktig å ha med kilder der.»*

Informasjon om selve forskningen, slik som forskningsmetode, er en annen måte informantene kan vurdere forskningsnyheten sin troverdighet. Silje sier at hun er preget av å være student ved at hun foretrekker at teksten har samme form som vitenskapelige artikler hvor både teorien og resultatene til forskningsstudien blir diskutert, og at det er en forklaring av forskningsmetoden. Om dette ikke er inkludert i teksten blir informantene skeptiske til hvordan forskerne har kommet frem til resultatene i studien sin og forskningsnyheten mister troverdighet.

Informantene synes informasjonen om forskningsstudien er viktig å ha med, selv om det kan gjøre teksten mer kjedelig å lese. Alle informantene mener at det er bedre at denne informasjonen er med i teksten enn å ikke være det, da de heller kan hoppe over eller skimlese det om det blir for langt. For at informasjon om forskningen skal være interessant å lese må den være så kort og konsis som mulig.

En annen ting som hever troverdigheten og seriøsiteten til forskningsnyheter er bruken av fagbegreper. Siden informantene har et krav om at teksten må være lettforståelig er de kun positive til bruk av fagbegrep såfremt at de blir forklart i teksten eller i en infoboks. Flere av informantene sier at fagbegrep som ikke blir forklart i teksten, og som de ikke forstår, gjør at de raskt mister interessen for å lese videre. Stine sier at det skal ikke mer enn to ord til som hun ikke forstår før hun klikker seg ut av saken, så det er viktig at alle fagbegreper blir forklart.

Når det gjelder forskningsnyheter som tekst er det altså viktig for informantene at teksten er oversiktlig ved hjelp av flere avsnitt og mellomtitler, at teksten inneholder infobokser til informasjon som ikke trenger å være i selve teksten, at det er et lettforståelig språk som alle kan forstå, at fagbegreper blir forklart, at det brukes eksempler for å forklare hvorfor forskningsresultatene er viktige, samt at teksten inkluderer kort og konsis informasjon om selve forskningsstudien for å gjøre innholdet troverdig.

## **5.2 Bilde: Et bilde skal fortelle noe man ikke kan si like lett med ord**

Fagerjord forteller at vestlig kultur har blitt stadig mer visuelt orientert de siste tiårene, og at man sjeldent kommer over tekster på internett uten at ett eller flere bilder er inkludert (2008:40). Dette ser vi også tydelig i mine funn da alle informantene mener at bilder ikke skal stå alene, men sammen med en tekst, og at forskningsnyheter bør ha mist ett bilde i artikkelen.

Tekst og bilder som illustrasjon blir ofte blir brukt sammen, hvor Fagerjord sier at *«teksten er det primære budskapet, og bildet står ved siden av og viser hvordan noe ser ut, det forklarer eller viser frem noe som ellers kunne vært uklart eller vanskelig å si like godt med ord»* (Fagerjord, 2008:41). Ifølge informantene må bildene og teksten stå i samsvar med hverandre, hvor bildene skal vise og forklare noe som kan være vanskelig å forklare i tekst, og hvor teksten også skal forklare hva vi ser i bildene.

Bildene skal beskrive noe av det teksten omtaler, og informantene sier at dette kan være i form av tabeller, tall, statistikk, kart, grafer eller illustrasjoner, eller fotografier av det som er blitt forsket på eller av forskerne som har utført studien. Informantene mener at slike bilder gjør det lettere å se for seg hva som er forsket på, hvordan forskningen er blitt utført, hvordan noe ser ut, fungerer og henger sammen, og gi et bedre innblikk i og bedre forståelse av det som er forsket på.

Grafer, statistikk og kart kan fremstille og sammenligne ulike ting over et større perspektiv og tidsrom eller ulike kategorier, og visuelt vise vesentlige detaljer som er relevant for forskningsnyheten. Et eksempel på illustrasjonsbilder kan være at bildene viser hvordan en massefødsel av stjerner ser ut i universet, hvordan det ser ut på innsiden av et atom eller viser hvordan et utdødd dyr så ut, heller enn at teksten skulle ha forklart dette i detalj. Stian mener at

illustrasjonsbilder kan gjøre det lettere å lese og forstå en forskningsnyhet, og Sara sier at slike bilder gjør at man får en bedre forståelse av teksten ved å se bildene.

Informantene foretrekker også at bilder, hovedsakelig de som publiseres sammen med en lenke på Facebook, skal fungere som et blikkfang. Målet med disse bildene er å få informantene til å stoppe å skrolle, fange oppmerksomheten og vekke nysgjerrigheten deres slik at de ønsker å klikke seg inn på saken. Nikolai forteller at han klikker seg mye oftere inn på saker som han mener har kule og tøffe bilder: «*Det er nok en grunn til at jeg leser mye om romferger og slike ting, fordi de ofte har store eksplosjoner i bildene sine, ikke sant. Jeg blir litt tiltrukket av slike ting.*» Fagerjord sier at funksjonen til slike bilder er nettopp å fange og lede blikket, og man forstår umiddelbart hva saken handler om (2008:45).

Uansett hvilke bilder det er snakk om så krever informantene at bildene må være relevante for forskningsnyheten. Med relevante bilder mener de at bildene bør være fotografier eller ulike visuelle fremstillinger for å forklare det som er forsket på eller fotografier av forskerne, og ikke såkalte «stock photos» som er temabilder hentet fra bildearkiv på internett. «Stock photos» kan for eksempel være i form av en forsker som står i et laboratorium og holder et forstørrelsesglass, og blir brukt kun for å vise leserne at nyheten handler om forskning, og slik bildebruk mener informantene er uinteressant.

Flere av informantene mener at bruk av tilfeldig valgte «stock photos» minker troverdigheten til forskningsnyheten og gjør ofte at de får mindre lyst til å lese nyheten, spesielt om bildene *kun* brukes for å trekke oppmerksomhet. Grunnen til dette kan være på grunn av bildenes mangetydighet, som Roland Barthes beskrev i sin artikkel *Bildets retorikk*, hvor bilder passer best sammen med en tekst som forklarer hva man skal tolke ut av bildene (Fagerjord, 2008:67). «Stock photos» som ikke er relevante er ikke forankret til forskningsnyheten, og gjør derfor at informantene finner bildene meningsløse og uinteressante.

Generelt sett mener informantene at bildebruk i forskningsnyheter gir en god oversikt ved at teksten brytes opp av bilder og bildetekst. Grunnen til dette kan være at når man kombinerer tekst og bilde så er det kun ett av modusene som snakker til språkevnen (teksten), og at bilde i tillegg er et statisk modus som man kan velge å studere i sitt eget tempo (Fagerjord, 2008:25). Man kan studere bildene nøye eller velger å hoppe over dem og kun lese teksten om man ønsker. Bildeteksten gir også informantene en mulighet til å stoppe opp ved bildene og finne ut hva meningen i bildene er.

Bruk av bilder i forskningsnyheter kan altså gjøre kompliserte deler av teksten lettere å lese ved å bli kombinert med relevante bilder, enten ved at bildene brukes til å illustrere eller for å vekke oppmerksomhet.

### 5.3 Video: «Hvis det er en video på fem minutter så må du bruke fem minutter»

Video kan vise hvordan noe ser ut, rører på seg eller endrer seg over tid (Fagerjord, 2008:47). I motsetning til tekst og bilde er video et dynamisk modus. At video viser forandringer over tid vil si at de som ser videoen må kontinuerlig følge med så lenge videoen varer for å få med seg innholdet i den rekkefølgen den er klippet. Denne måten å lese på kaller Gunnar Liestøl for *objektaktivitet*, der videoen og teksten i videoen forandrer seg, i motsetning til *subjektaktivitet* slik som i tekst og bilder hvor det er øyet til leseren som beveger seg (Fagerjord, 2008:48). Objektaktiviteten av et dynamisk modus krever mer konsentrasjon og kontinuerlig oppmerksomhet av leseren for å få med seg innholdet.

Det er noe tungvint å spole tilbake i videoen om man ikke fikk med seg noe som ble vist og det er vanskelig å spole fremover i en video uten å vite om det er noe essensielt for innholdet i videoen som man hopper over. Sara sier dette om å ikke kunne styre tempoet selv: *«Hvis det er en video på fem minutter så må du bruke fem minutter (...) Det er det med at du ikke har muligheten til å skimme gjennom en video. Du må følge videoen sitt tempo uansett.»*

På grunn av dette krever informantene at videoer skal være lette å henge med på, gjerne at innholdet blir presentert kort og konsist uten mer tilleggsinformasjon enn nødvendig. Informantene synes også at animasjon, humor eller en engasjert forteller kan bli brukt som virkemidler for å gjøre det lettere å følge med. De foretrekker at forskeren som har gjort studien prater og forteller hva de har forsket på, selve forskningsprosessen og hva de har funnet ut, og at det blir vist videoklipp som viser hva de prater om.

Videoer kan vise hvordan noe ser ut og fungerer, og egner seg godt til å vise hvordan noe beveger seg eller endrer seg over tid. Informantene mener at videoer egner seg bra til å vise eksempler på hva forskningsnyheten handler om, enten det handler om hvordan en motor fungerer i praksis, hvordan ulike kjemiske prosesser foregår eller hvordan planetene i vårt solsystem beveger seg i bane rundt sola. Informantene liker også at grafer, kart og statistikk kan forklares visuelt i en video, gjerne som en animasjon, for eksempel for å vise hvordan statistikk endrer seg fra år til år.

Video kombineres ofte med lyd, dog dette er en kombinasjon som informantene nesten utelukkende ønsker i videoer på Youtube. Grunnen til at Youtube er den eneste plassen informantene foretrekker å ha lyd på video er fordi de da er i en situasjon hvor lyd ikke forstyrrer de rundt dem. På nettaviser ønsker informantene muligheten til å velge mellom å ha lyden på videoen eller skru av lyden og få det som blir sagt tekstet, da de oppdaterer seg på



forskningsnyheter på nettaviser både i rolige omgivelser og i situasjoner med mennesker rundt seg.

På Facebook derimot krever informantene at alle videoene er uten lyd og at de skal være tekstet. Grunnen til at videoene må være uten lyd her er fordi de oftest er på Facebook når de befinner seg i en setting der det ville forstyrret de rundt å høre på en video, og at videoen er uten lyd er derfor spesielt viktig siden videoer i nyhetsstrømmen på Facebook avspilles automatisk. For at informantene skal ønske å se på videoene på Facebook må de altså være uten lyd, og for at de skal ha muligheten til å få med seg innholdet i de lydløse videoene må det som blir sagt i videoen være tekstet.

Når det gjelder innhold og lengde på videoene, varierer dette både med hvilken kanal de er publisert i og hvor mye tekst videoene er kombinert med. Videoene på nettaviser skal ifølge informantene gjerne være noen minutter lange. De foretrekker at videoene kun inneholder det viktigste i forskningsnyheten og gjerne det innholdet som kan vises og forklares best visuelt enn med tekst. Videoer i nettaviser er som oftest kombinert sammen med tekst i form av en artikkel, og videoer som står i sammenheng med en tekst kan ha en annen oppbygging og innhold enn om videoen hadde stått alene.

De fleste informantene foretrekker at videoer i nettaviser viser visuelt det som teksten omtaler. Informantene synes tekst passer best til å fortelle om metodebruk og annen informasjon om forskningsprosessen, og video fungerer best til å visuelt forklare hvordan noe ser ut eller fungerer i praksis. Fagerjord sier at video da fungerer som illustrasjonsvideoer ved å tydeliggjøre eller vise frem noe som er beskrevet i teksten (2008:51). Informantene har også et krav om at videoer i nettaviser må være kombinert med tekst, slik at de kan først lese og vurdere om de vil se videoen eller ikke. Teksten er altså det primære budskapet i nettaviser, og videoer skal supplere teksten med visuelle forklaringer.

Fagerjord forteller at kombinasjon med tekst og video er vanlig i nettaviser hvor tekst og video kan ha det samme budskapet, men blir formidlet i ulike modus (2008:55). På nettaviser ønsker informantene at videoen av forskningsnyheten enten kan ses alene hvor de også har forskningsnyheten tilgjengelig som tekst ved videoen, i tilfelle de vil lese flere detaljer rundt forskningen, eller at forskningsnyheten er tekst i kombinasjon med korte illustrasjonsvideoer inni selve artikkelen som forklarer og viser det teksten ikke kan si like godt med ord.

Når det gjelder videoer på Facebook er et krav informantene har at de må være veldig korte og at videoen må komme til poenget innen noen få sekunder. For at informantene ikke skal skrolle videre på Facebook må oppmerksomheten fanges og interessen vekkes umiddelbart. Når informantene ser video på nettaviser er de forberedt på å se en video og da kan lengden være litt lenger, mens på Facebook dukker videoer opp og spilles av automatisk. Da er det viktig

at videoen kommer fort til poenget, slik at informantene raskt kan bestemme seg om de vil se videoen eller skrolle videre. Sara uttrykker det slik:

*«De må gå rett inn på saken med én gang. «Det her dreier det seg om» og at det kommer frem med én gang. Så hvis de er flink til å fange interessen helt fra starten, da vil jeg vite mer. Men hvis den er treg i starten og jeg ikke skjønner helt hva det er, så har jeg ikke tiden til å finne ut av det.»*

Informantene krever at videoene på Facebook kun inneholder det aller viktigste av informasjonen i forskningsnyheten, da de kun ønsker en rask oppdatering. Sara sier at slike korte videoer blir videoversjonen av å skumlese, og de fleste informantene foretrekker når videoene er mellom et halvt og to minutter. Videoene skal kun inneholde en kjapp introduksjon av tema og de viktigste funnene. Om videoen inneholder detaljinformasjon slik som forskningsmetode mister informantene fort interessen og skroller videre.

På Facebook ønsker flere av informantene animasjonsvideoer som kort og konsist forklarer forskningsnyheten på en lett forklart måte. Ulempen med slike videoer er i følge informantene at de ofte har et populærvitenskapelig preg og er sjeldent kombinert med lenker og kildehenvisninger. Dette gjør at informantene ikke alltid er sikker på om det er en troverdig kilde som opprinnelig har laget videoen, og da mister videoen troverdighet. Stian er en av informantene som mener at slike videoer på Facebook uten tekst mister troverdighet: *«Det er der jeg ser litt svakheten da, at de (nyhetsleverandørene) ikke kombinerer tekst og video. I dag er videoene mest selvstendig.»*

Det som gjør at videoene på Facebook får mer troverdighet er om de kombineres sammen med lenke til en artikkel, slik at de har muligheten til lese mer om forskningsnyheten om de ønsker. Teksten som informantene ønsker i kombinasjon med videoer på Facebook er en eller to setninger som forklarer hva forskningsnyheten handler om, og en lenke til en artikkel slik at man kan få mer informasjon om forskningsnyheten enn hva som er i selve videoen.

Den korte teksten ved videoen kaller Fagerjord for en skrevet introduksjon, og den gjør det lettere og raskere å velge eller velge bort videoen når man leser hva videoen handler om (2008:52). En kort tekst i kombinasjon med en kort video blir foretrukket av informantene på Facebook da de ikke har spesielt mye tid eller konsentrasjon til mer omstendig innhold.

Da Youtube er en videodelingstjeneste, står videoene hovedsakelig alene og er det primære budskapet i denne kanalen. Fagerjord kaller slike videoer for video-på-bestilling, da dette er videoer som er blitt aktivt oppsøkt i et søkefelt, og siden de som søker opp videoen vet hva innholdet handler om er videoene fullstendige i seg selv og trenger ikke å stå sammen med

tekst (2008:53). Siden informantene ikke krever noe tekst sammen med videoene de ønsker å se legger de mer vekt på innholdet i videoene på Youtube.

Kravet til innholdet på videoene her er at det skal være en engasjert person som prater om forskningsnyheten og videoklipp som viser hva de prater om. De fleste informantene er spesielt interessert i videoer som visuelt illustrerer hvordan noe fungerer, gjerne videoer som går dypere inn på ulike forskningsnyheter og tema.

Audun Farbrot forteller i boken *Sosiale medier for forskere* at noe av det som kan gjøre en video om forskning engasjerende og interessant er nettopp det å bruke en engasjerende forteller, blant annet ved at formidleren bruker et språk alle forstår og byr på seg selv, og å illustrere innholdet med både videoklipp og animasjoner (2015:99-100).

Farbrot sier også at det ikke finnes en ideell lengde på videoene, så lenge man får med det essensielle. Videoene på Youtube oppsøker informantene selv og de har en intensjon om å bli informert om spesifikke forskningsnyheter og -tema. De har dermed mer konsentrasjon og oppmerksomhet til å se et lengre innhold, og de oppgir at lengden på videoene gjerne kan være på opptil 20 minutter.

På Youtube er informantene generelt sett villig til å bruke lenger tid på å se videoer, og om de finner et spennende og interessant forskningstema ser ofte flere av informantene mange videoer etter hverandre. Natalie beskriver dette som at hun «*havner i et hull*», og at dette skjer ved at algoritmen på Youtube foreslår lignende videoer som dukker opp ved siden av videoen.

Hvilken lengde videoene skal ha avhenger altså på hvilken kanal de er publisert i. Videoene på Facebook må være veldig korte for at informantene skal finne de interessante, da de har liten tid og konsentrasjon til å se lengre innhold her, mens videoene på Youtube gjerne kan være lange så lenge det er en engasjerende formidler og at forskningsnyheten blir illustrert visuelt. På nettaviser er videoene oftest i kombinasjon med en lengre tekst, så her ønsker informantene at videoen illustrerer det teksten handler om og som ikke kan fortelles like godt med ord.

#### **5.4 Lyd: «Det krever litt for mye oppmerksomhet i litt for lang tid»**

Nesten ingen av informantene hører forskningsnyheter i lydform på nettaviser eller sosiale medier, til tross for at en del nettaviser tilbyr podcaster inne på sine nettsider. Grunnen til at informantene ikke ønsker å lytte til forskningsnyheter er hovedsakelig fordi lyd er et dynamisk modus og krever kontinuerlig oppmerksomhet da man må lytte fra start til slutt for å få med seg innholdet, man må følge tempoet til formidleren, og det er vanskelig å hoppe frem og tilbake.

Informantene mener at lyd krever for mye oppmerksomhet og konsentrasjon, og de føler derfor ikke at de har tid til det i sin travle hverdag. Silje forteller om en gang hun gav podcast en sjanse:

*«Jeg prøvde i sommer å høre litt på podcast, men problemet er at når det bare er på ørene og jeg ser for eksempel ut fra bussen, så starter jeg å tenke på andre ting. Og da har jeg plutselig ikke hørt de siste ti minuttene av podcasten. Jeg har veldig dårlig konsentrasjonsevne. Så podcast? Nei. Det krever litt for mye oppmerksomhet i litt for lang tid.»*

Silje utdyper at grunnen til at lydmediet krever mer enn tekst, bilde og video er fordi man ikke trenger å se på ett sted (skjermen) eller holde seg til rommet. Med lydmediet kan man gjøre andre ting ved siden av samtidig som man lytter, og da mister man fort konsentrasjonen og får ikke med seg det som ble sagt. Informantene synes at lyd krever for mye oppmerksomhet i for lang tid, og de kan ikke høre i sitt eget tempo slik at om de sier noe de synes er interessant så kan de falle av fordi de ønsker å tenke mer over det som ble sagt, og det er tungvint å spole tilbake om de faller ut.

Nina er den eneste som pleier å høre på podcast for å få med seg forskningsnyheter, og nevner blant annet NRK sin podcast Ekko. Hun sier at episodene varer mellom en halvtime og en time og at hun oftest hører på det mens hun rydder eller trener. Det Nina liker med forskningsnyheter i lydform er når det er godt lyddesign og god historieoppbygging ved at det er en innledning som fanger interessen, en personlig historie som blir fortalt av et intervjuobjekt, og deretter at vertene går gjennom forskning basert på det historien handlet om.

Stian sier at han ikke har som vane å høre på podcaster, som regel fordi de varer for lenge, men i likhet med Nina ser han flere positive sider ved forskningsnyheter som podcast som kunne fått han til å høre mer på det. Han sier at han kunne hatt interesse av å høre podcast om en eller to verter prater kort og konsist om et tema på under et kvarter, gjerne med en gjest som prater om et forskningstema han eller hun kan mye om. Han foretrekker når det blir brukt relevante lydeffekter på en god måte slik at det blir mer underholdende å høre på. Han nevner en podcast han hørte der de pratet om CRISPR:

*«Men litt bruk av lydmidler er noe som gjør det mer relevant. For den podcasten jeg hørte som faktisk handlet om forskning, handlet om CRISPR, sånn genredigering, og da brukte de lyd for hvordan det skulle høres ut om du skulle klippe gener, og da ble det litt morsomt.»*

Det er vanskelig å si hvorfor Nina er den eneste som liker å bli oppdatert på forskningsnyheter som podcast, men det ser ut til at hun liker det som et lærerikt tidsfordriv mens hun gjør

hverdagsaktiviteter som ikke krever spesielt mye konsentrasjon. De andre informantene sier at de heller ønsker å høre på musikk om de skal høre på lyd mens de gjør noe annet samtidig. Nina har likevel høye krav til om forskningsnyheter passer som podcast, og sier at for at hun skal høre på må det være gode lydeffekter, en spennende historieoppbygging og flinke formidlere.

Den generelle oppfatningen til informantene er altså at forskningsnyheter formidlet som kun lyd krever for mye oppmerksomhet og konsentrasjon. Informantene mener derfor at tekst, bilde og video egner seg mye bedre til forskningsnyheter. En annen grunn til at podcast ikke blir brukt til å oppdatere seg på forskningsnyheter er, som flere av informantene oppgir, fordi de ikke har som vane å verken lete etter interessante podcaster eller høre på det. Av denne grunn kan det hende at podcast blir ansett som en måte å få formidlet forskningsnyheter på i fremtiden, da brukssjanger endrer seg over tid, dog denne vanen er foreløpig ikke etablert. Podcast ser derfor ikke ut som en god måte man kan nå ut med forskningsnyheter til informantene, i alle fall ikke per dags dato, da de færreste av informantene sier at de har tid til å høre på det i sin travle hverdag.

## 5.5 Oppsummering

Medieformen informantene ønsker å få forskningsnyheter presentert varierer i stor grad ut i fra om forskningsnyheten er statisk eller dynamisk og om innholdet er kort eller langt. Grunnen til de ulike preferansene er hovedsakelig at statiske og dynamiske modi krever ulik grad av konsentrasjon av informantene, og som vi så i kapittel 4 har de ulike nyhetsleserne ulik grad av tid og konsentrasjon når de bruker de ulike kanalene.

På Facebook, som de travle nyhetsleserne bruker til å raskt bli oppdatert på forskningsnyheter, ønsker informantene et så kort innhold som mulig. Hvis ikke innholdet er kort nok skroller de bare videre i nyhetsstrømmen, fordi de har ikke tid til å sette seg inn i en forskningsnyhet som ikke umiddelbart forteller hva saken handler om og hvorfor det er interessant.

Fordi informantene er travel når de bruker Facebook har de heller ikke mye konsentrasjon eller oppmerksomhet, og dette påvirker også egenskapen til medieformene de ønsker her. Forskningsnyhetene på Facebook skal ifølge informantene helst presenteres i form av statiske modi, altså tekst og bilde, og inkludere en lenke til nyhetsartikkelen. Bildet skal fungere som et blikkfang som umiddelbart skal gi dem en formening om hva saken handler om, og teksten skal kort fortelle dem innholdet av artikkelen samtidig som den skal vekke nysgjerrigheten nok til at informantene skal ønske å trykke seg inn på saken.

Om forskningsnyheten på Facebook formidles som en video skal denne umiddelbart fortelle hva saken handler om og helst ikke vare i mer enn et halvt minutt. Siden informantene

bruker Facebook i situasjoner hvor de forstyrrer de rundt dem om de har lyd på videoen, må alle videoene på Facebook være tekstet.

Grunnen til at informantene kan trykke seg inn på en lenke og lese en lengre forskningsnyhet, men ikke se en video via Facebook som er lengre enn et halvt minutt kan forklares ut i fra at dynamiske modi krever mer oppmerksomhet enn statiske modi. Når informantene bruker Facebook er de i situasjoner hvor de må følge med på omgivelsene rundt dem, og da er det lettere for dem å oppdatere seg på forskningsnyheter i sitt eget tempo om det er formidlet som statiske modi.

Når det gjelder nettaviser kan innholdet til forskningsnyhetene være lengre og inneholde både statiske og dynamiske modi. Informantene ønsker hovedsakelig at disse nyhetene er tekst med bilder, dog ønsker en video i tillegg om denne kan forklare saken bedre enn hva tekst alene kan. Videoene her må også være tekstet slik at de kan velge om de vil ha på lyd, da informantene leser forskningsnyheter på nettaviser både når de er i rolige og i travle situasjoner.

Selv om teksten på nettaviser kan være lengre enn på Facebook, skal innholdet formidles så lettfattelig og konsist som mulig slik at det er både forståelig og interessant å lese for alle. Informantene foretrekker at teksten er delt opp i flere mellomtitler og avsnitt, at fagbegreper forklares, at eksempler blir brukt til å fortelle hvordan forskningen kan bli brukt i praksis, og gjerne at informasjon om blant annet forskningsmetode, statistikk og forskerne blir presentert i en infoboks.

Når det gjelder forskningsnyheter på Youtube har disse kun mulighet til å bli formidlet som video på grunn av designet på det sosiale mediet. Informantene bruker denne kanalen kun når de er hjemme og har mer tid, konsentrasjon og er i en situasjon hvor de ikke forstyrrer de rundt dem om de hører på lyd. Dermed ønsker de et lengre innhold her, gjerne videoer på rundt 20 minutter, og de hører som regel på lyden til videoene slik at det ikke er et krav at videoene skal tekstes. De har derimot krav til innholdet, der de ønsker at en engasjert person forteller om forskningsnyheten og at videoklipp viser hvordan resultatet av forskningen kan bli brukt i praksis.

Podcast var det et fåtall av informantene som ønsket å bruke for å bli oppdatert på forskningsnyheter, da lyd er et dynamisk modi som de synes krever for mye oppmerksomhet i for lang tid. Informantene oppgir at ren lyd ikke holder oppmerksomheten og konsentrasjonen like godt som dynamiske modi som er objektaktivitet, fordi som lyttere er de mer åpen til å se fritt på sine omgivelser og oppmerksomheten forsvinner derfor raskere.

De fleste informantene oppgir samtidig at de ikke har funnet en plass til å høre på podcast i sine hverdagsrutiner, slik at dette ikke har blitt en vane de har inkorporert enda. Ifølge Bakardjieva sin teori om brukssjangre som dynamisk og i stadig endring vil vi kanskje kunne

se en endring i bruken av podcast i fremtiden om flere etterhvert finner en plass til podcast i hverdagen. Den ene informanten som jevnlig tar i bruk podcast til å høre på forskningsnyheter bruker dette i situasjoner som ikke krever for mye konsentrasjon, slik som når hun trener eller rydder.

De få informantene som er positive til podcast har visse krav til hvordan forskningsnyhetene her må bli formidlet for å holde på interessen og oppmerksomheten deres. For det første må det være et par verter som formidler nyhetene så engasjert og interessant som mulig, gjerne med en spennende historieoppbygging hvor de tar i bruk gjester som forteller om personlige erfaringer med forskningstemaet, og at de tar i bruk relevante lydeffekter for å skape en stemning til lytteren.

## **6 Konklusjon**

### **6.1 Hovedfunn**

I denne oppgaven har jeg undersøkt hvordan informantene bruker nettaviser, sosiale medier, mobiltelefon og datamaskin til å lese forskningsnyheter, og hvilke medieformer de ønsker at forskningsnyhetene skal bli presentert i de ulike kanalene.

Det er mange måter å bruke teknologi på når man skal oppdatere seg på forskningsnyheter, og for å belyse dette tok jeg hovedsakelig i bruk teorier av Maria Bakardjieva (2005) og Don Norman (2013). Jeg brukte Norman sin teori om teknologisk affordance til å se hvordan teknologiens design på nettaviser, sosiale medier, mobiltelefon og datamaskin legger føringer for hvordan informantene oppdaterer seg på forskningsnyheter. Bakardjieva sin teori om bruksjangre brukte jeg til å undersøke hvordan informantene har domestisert teknologiene basert på deres interesser, vaner og normer.

For å undersøke hvilke typer nyhetslesere som finnes og hvordan de oppdaterer seg på nyheter på internett tok jeg i bruk teorier fra Martin Engebretsen (2013). Engebretsen sine teorier om nyhetslesere hjalp meg til å se at det finnes ulike måter, motiver og behov for å lese nyheter på internett, og med Engebretsens teorier i tankene utviklet jeg ulike nyhetslesere med ulik mediebruk ut i fra mine funn.

Da jeg skulle kartlegge hvilke medieformer som foretrekkes av informantene benyttet jeg meg av teorier fra Anders Fagerjord (2006). Fagerjord sine teorier hjalp meg til å se hvordan statiske og dynamiske modi påvirker hvordan nyhetslesere oppfatter medieformer, og jeg fant ut at disse egenskapene til medieformer er med i vurderingen av hvilke medieformer informantene foretrekker i ulike kanaler.

I kapittel 4 identifiserte og introduserte jeg to typer nyhetslesere med ulik mediebruk ut i fra mine funn, henholdsvis travle nyhetslesere som passive skrollere og konsentrerte nyhetslesere som aktive søkere.

De travle nyhetsleserne er passive skrollere og har liten tid og konsentrasjon, og de ønsker å bruke mobiltelefonen til å finne forskningsnyheter da denne er lett tilgjengelig og alltid tilkoblet internett når de er på farten. De ønsker å oppdatere seg på Facebook siden de allerede har som vane å skrolle på Facebook når de har litt tid til overs, og det er lettvis for informantene å oppdatere seg her siden algoritmen velger ut og presenterer forskningsnyheter de finner interessante. Motivasjonen for å oppdatere seg på forskningsnyheter for disse nyhetsleserne er at de ønsker å bli kjapt oppdatert.

Forskningsnyhetene på Facebook må ifølge informantene være så kort og fengende som mulig for å fange oppmerksomheten deres, helst i form av tekst og bilde, og må inkludere en lenke til nettavisen der forskningsnyheten opprinnelig ble publisert for at innholdet skal ha troverdighet. Grunnen til at tekst og bilder blir foretrukket av de travle nyhetsleserne er på grunn av den statiske egenskapen til disse medieformene, da de ikke krever kontinuerlig konsentrasjon og oppmerksomhet for å få med seg innholdet. Disse funnene stemmer over ens med Bakardjieva (2005) sin teori om brukssjangre, hvor folk sine vaner legger føringer for bruken, da informantene ønsker kort innhold på Facebook selv om teknologien til Facebook muliggjør at man kan få langt innhold.

De travle nyhetsleserne bruker også Instagram og Snapchat når de er på farten, dog oppdaterer seg ikke på forskningsnyheter her. Grunnen til dette er hovedsakelig på grunn av at designet ikke er brukervennlig eller oversiktlig nok til å oppdatere seg på forskningsnyheter i disse kanalene samt at de hovedsakelig bruker kanalene kun til personlig kommunikasjon med venner og bekjente.

De konsentrerte nyhetsleserne er aktive søkere og har både mer tid og konsentrasjon fordi de er i rolige omgivelser, og disse nyhetsleserne ønsker å bruke datamaskinen til å bli oppdatert på forskningsnyheter på grunn av den store skjermen og brukervennlige nettleteren. Når disse nyhetsleserne skal oppdatere seg på forskningsnyheter går de inn på nettaviser og Youtube, og motivasjonen for å oppdatere seg er for disse nyhetsleserne å bli informert.

Innholdet til forskningsnyhetene her kan være lengre da de har et større oppmerksomhetsspenn når de er hjemme, på skolen og på jobb. På nettaviser har de mest lyst på tekst med bilder, og gjerne med en video om denne kan forklare saken bedre enn hva tekst kan, og på Youtube ønsker de videoer med lyd hvor en engasjert vert forteller om forskningsnyheten samtidig som innholdet blir vist visuelt. Grunnen til at lengre tekster og videoer blir foretrukket



her er fordi informantene har både tid, mulighet og konsentrasjon nok til å lese og følge med på et lengre innhold som både er statisk og dynamisk.

Et par av informantene uttrykte interesse for å lytte til forskningsnyheter i form av podcast og synes det er et lærerikt tidsfordriv mens de holder på med andre ting samtidig som ikke krever så mye konsentrasjon, slik som rydding eller trening. De fleste informantene synes dog lyd krever for mye tid og konsentrasjon og forskningsnyheter presentert som podcast blir derfor ikke foretrukket i deres travle hverdag.

Teorien om *De to kulturer* av Charles Percy Snow (2006) brukte jeg for å undersøke om det var noen forskjeller mellom informantene som studerte samfunnsvitenskapelige og naturvitenskapelige fag for hvilke forskningsnyheter de interesserer seg for samt hvordan og hvor ofte de oppdaterer seg på forskningsnyheter, noe som var underproblemstillingen i denne oppgaven. Jeg tok også i bruk teori om behov og mediebruk av Denis McQuail for å se hvilke interesser og behov som driver informantene til å oppdatere seg på slike nyheter i hverdagen (Aalen, 2013).

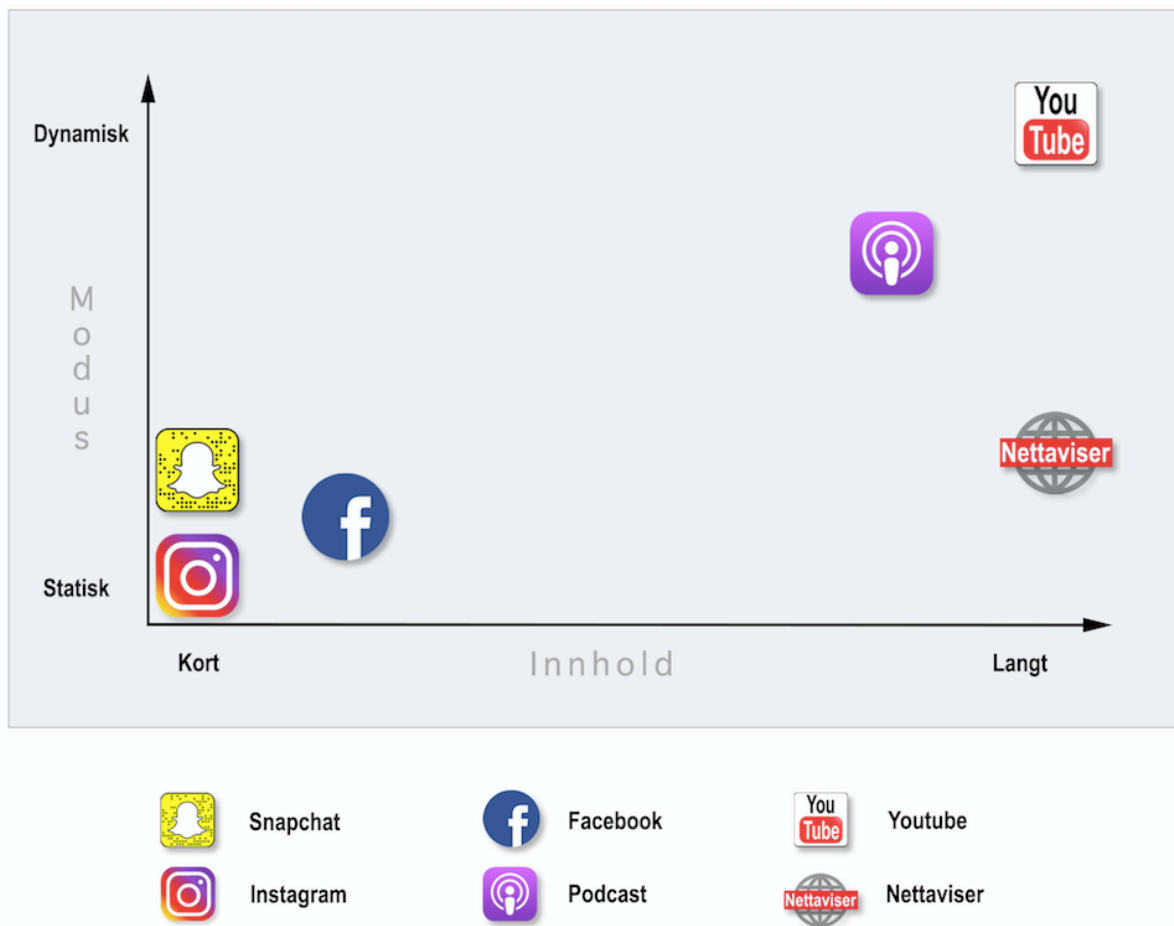
Mine funn viser at det ikke er noen markant forskjell mellom studiegruppene når det gjelder hvilke forskningsnyheter de er interesserte i eller hvordan de oppdaterer seg på forskningsnyheter. Interessen for å oppdatere seg på forskningsnyheter kommer av et behov for å være oppdatert om samfunnet som samfunnsborgere, nysgjerrighet til å lære noe nytt som vitebegjærlige, samt interesse for sitt eget studiefelt som faginteresserte. Den eneste forskjellen mellom de to studiegruppene var hos de faginteresserte da de først og fremst er interessert i forskningsnyheter knyttet til sitt studiefelt i tillegg til at de noen ganger finner forskningsnyheter om «den andre kulturen» sitt studiefelt enten vanskelig, kjedelig eller tørt. Selv om de har en litt større interesse av å lese forskningsnyheter knyttet til sitt eget fagfelt enn «de andre» er de også interessert i å lese om mange ulike forskningsnyheter som samfunnsborgere og vitebegjærlige. Funnene tyder derfor på at det ikke er en stor motpol mellom «de to kulturene» som Snow (2006) hevdet, men kun en faglig interesse for å bli oppdatert på nyheter om forskning knyttet til sitt studiefelt.

Det vi kan ta med oss videre ut fra hovedfunnene til denne undersøkelsen er at informantene sin hverdag er preget av å være travel. Dette legger føringer for hvordan de bruker ulike medier i løpet av dagen og at dette er tilpasset situasjonen de er i. Informantene sine behov, situasjonene de er i og de ulike teknologiene sitt design legger føringer for hvordan de vil ha forskningsnyheter presentert og hvor de ønsker å oppdatere seg på det. Nyhetsleverandører trenger derfor å ta hensyn til at nyhetsleserne er i ulike situasjoner når de bruker ulike kanaler og bør derfor tilpasse måten de presenterer forskningsnyhetene på i de ulike kanalene.

## 6.2 Presentasjonsmodellen

Hovedfunnene i denne undersøkelsen kan bli illustrert med modellen under som jeg har valgt å kalle *presentasjonsmodellen*. Siden informantene bruker de ulike kanalene forskjellig er det viktig for nyhetsleverandører å presentere forskningsnyheter forskjellig i de ulike kanalene, og presentasjonsmodellen viser det dynamiske mulighetsrommet for presentasjon av forskningsnyheter i ulike kanaler i forhold til lengde og modi.

Figur 1: Presentasjonsmodellen.



Variasjonen av punktene i modellen, illustrert som en logo til hver enkelt kanal, viser oss hvordan brukssjangeren ser ut i det dynamiske mulighetsrommet for presentering av forskningsnyheter.

X-aksen forteller hvor langt innholdet til forskningsnyheten er, for eksempel i form av mengden tekst eller lengden på en video, hvor verdiene går fra kort innhold til langt. Y-aksen forteller i hvilken grad forskningsnyheten presenteres med statiske eller dynamiske modi, hvor verdiene går fra statisk til dynamisk. Jo mer statisk punktene i modellen er, jo mer er forsknings-

nyheten presentert som tekst og bilder. Jo mer punktene i modellen går mot dynamisk, jo mer blir innholdet presentert som video og lyd.

Vi ser at kanalene som de travle nyhetsleserne bruker er helt til venstre på X-aksen og nederst på Y-aksen, og dette forteller oss at de ønsker å få et så kort og statisk innhold som mulig på Facebook, Instagram og Snapchat. Kanalene som de konsentrerte nyhetsleserne bruker er presentert til høyre på X-aksen, da disse nyhetsleserne foretrekker et lengre innhold på Youtube, nettaviser og podcast. Hvilken grad av statisk og dynamisk modi varierer for disse kanalene, da informantene på nettaviser hovedsakelig ønsker tekst og bilder samt korte videoer om dette forklarer forskningsnyheten bedre enn ord, lyd i podcaster og video med lyd på Youtube.

Selv om funnene i undersøkelsen viste at informantene ønsker forskningsnyheter på Facebook, Youtube og i nettaviser inkluderte jeg også podcast, Snapchat og Instagram selv om det ikke var så spesielt stor interesse for å oppdatere seg på forskningsnyheter i disse kanalene. Grunnen til at jeg inkluderte disse kanalene i modellen er fordi brukssjangre er dynamiske og er i stadig endring, og i fremtiden kan det derfor hende at flere ønsker forskningsnyheter i disse kanalene også.

Som vi ser ut ifra modellen har ulike kanaler ulike brukssjangre og variasjonen i bruken gjør at informantene ønsker ulikt innhold med ulik bruk av modus. Innsikten vi får fra modellen kan være et godt hjelpemiddel for nyhetsleverandører når de skal utforme forskningsnyheter, da den enkelt illustrerer hvilken modus og lengde informantene ønsker på forskningsnyhetene i de ulike kanalene.

### **6.3 Videre forskning**

Brukssjangre er dynamisk og endrer seg over tid, og bruken av en teknologi er ikke gitt av teknologisk affordance i seg selv. Man kan ikke bare se på teknologiens design alene om man ønsker å finne ut hvordan teknologi blir tatt i bruk. Som funnene i denne undersøkelsen viser er det folk sine vaner og normer for bruk som legger mest føringer for hvordan en teknologi brukes. Det er altså viktig å studere brukere av en teknologi og undersøke hvordan normer og praksis etablerer seg. Siden brukssjangre er dynamisk og i stadig utvikling er det viktig å følge med og forske videre på hvordan folk bruker teknologi til å oppdatere seg på forskningsnyheter.

Denne undersøkelsen tok for seg unge voksne i tyveårene og for videre forskning kan det også være interessant å se på hvordan andre aldersgrupper bruker nettaviser og ulike sosiale medier til å oppdatere seg på forskningsnyheter, da det kan vise seg å være ulike brukssjangre mellom ulike aldersgrupper, og dette kan være nyttig for nyhetsleverandører å vite når de skal presentere forskningsnyheter for ulike målgrupper.

## 7 Litteraturliste

- Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society – The internet in everyday life*. London / Thousand Oaks / New Delhi: SAGE Publications
- Engebretsen, M. (2013). *Å skrive for skjermen – en innføring i nettjournalistikk* (3.opplag). Kristiansand: IJ-forlaget
- Fagerjord, A. (2006). *Web-medier – introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Farbrot, A. (2015). *Sosiale medier for forskere, kommunikasjonsrådgivere og fageksperter*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Furu, N. (2013). *Sjangerskriving i digitale kanaler*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Hauseth, J. F. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Oslo: Universitetsforlaget
- Ipsos. (03.01.2019). SoMe.tracker Q3'18. Hentet 03.01.2019 fra <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q318>
- Kristiansen, N. og Spilde, I. (2015). *Forskningjournalistikk – en innføring*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3.utgave). Oslo: Gyldendal Akademisk
- Nordiske mediedager. (03.01.2019). Medieundersøkelsen 2018. Hentet fra <http://kyber.blob.core.windows.net/nmd/2403/mediedager-2018-ungdom-16-25-tabeller.pdf>
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books
- Skjølvold, T. M. (2015). *Vitenskap, teknologi og samfunn – en introduksjon til STS*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Snow, C. P. (2001). *De to kulturer*. Oversatt av Stang, E. Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Statistisk sentralbyrå. (03.01.2019). Norsk mediebarometer 2018. Hentet fra <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar>
- Tjora, A. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2.utgave). Oslo: Gyldendal Akademisk
- Aalberg, T. og Elvestad, E. (2012). *Mediesosiologi* (2.utgave). Oslo: Det norske samlaget
- Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget
- Aalen, I. (2016). *Sosiale medier* (2.opplag). Bergen: Fagbokforlaget

## 8 Vedlegg

### 8.1 Intervjuguide

Hei. Jeg heter Lena Sæternes og jeg skriver en masteroppgave innen fagfeltet medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi som er ved institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU.

Jeg skal intervjuere personer som er studenter i tyveårene for å finne ut hvordan nettaviser og sosiale medier brukes til å oppdatere seg på forskningsnyheter. For å finne ut dette blir både oppgaven og intervjuet todelt. Først ønsker jeg å finne ut hvordan du bruker nettaviser og sosiale medier til å oppdatere deg på forskningsnyheter, og deretter i hvilken form du ønsker disse nyhetene formidlet (tekst, bilder, video, lyd eller en kombinasjon).

Du vil være anonym gjennom hele prosessen i oppgaven, hvor du i transkripsjonen vil få en kode og i selve oppgaven vil bli gitt et pseudonym. Du kan når som helst trekke deg, både før, under eller etter intervjuet. Kan jeg bruke lydopptaker under intervjuet? Lydopptaket vil bli slettet etter at intervjuet er transkribert.

Nå i intervjuet så er det helt greit å bruke tid til å tenke seg om eller ha med digresjoner, og vi har god tid, så gjerne svar så utfyllende som du ønsker. Det er bare flott med utfyllende svar.

Først skal vi starte med noen lettere spørsmål før vi går i gang med hovedspørsmålene:

#### Åpningsspørsmål

- Hvor gammel er du?
- Hva studerer du?
- Hvor lang pendletid har du til skolen og eventuelt jobb?
- Hvilke sosiale medier har du? (fra de du bruker oftest til sjeldenest)
- Hva bruker du sosiale medier til?
- Er du opptatt av å holde deg oppdatert på nyheter generelt sett?
- Hvor ofte leser du nyheter?
- Hvilke aviser leser du? (fra de du leser oftest og nedover)
- Hvilke medier bruker du til å oppdatere deg på nyheter på en gjennomsnittsdag?
- Hvor ofte vil du si at du oppdaterer deg på forskningsnyheter i løpet av en vanlig dag (eller uke)?
- Er det noen forskningsfelt som du er spesielt interessert i?
  - o Noen forskningsfelt du ikke er interessert i?

## Refleksjonsspørsmål

### 1: Mediebruk og nyhetslesing i digitale kanaler

Forklaring på digitale kanaler: Nyhetslesing i digitale kanaler vil si om du leser forskningsnyheter i nettaviser (slik som for eksempel NRK.no og forskning.no...) og om du leser forskningsnyheter på sosiale medier (slik som Facebook, Instagram og Snapchat...).

- Er du opptatt av å holde deg oppdatert på forskningsnyheter?
  - o Hvorfor/hvorfor ikke?
- I hvilke situasjoner og tidspunkt oppdaterer du deg på forskningsnyheter i løpet av en dag? (Mens du venter på bussen, mens du spiser frokost, og lignende)
  - o Er det en spesiell grunn at du oppdaterer deg i disse situasjonene?
- Hvor lang tid vil du si at du vanligvis bruker når du leser en nyhetsartikkel om forskning?
- Hva bruker du for å oppdatere deg på nyheter av mobil, nettbrett og datamaskin?
  - o Hva bruker du oftest og hvorfor?
  - o Hva bruker du sjeldnest og hvorfor?
- Hvilke sosiale medier bruker du til å oppdatere deg på forskningsnyheter?
  - o Hvem følger du i sosiale medier for å få med deg forskningsnyheter?
    - Kan gå inn og sjekke de sosiale mediene
- Kan du fortelle hvordan du bruker sosiale medier til å oppdatere deg på forskningsnyheter?
  - o Klikker du deg inn på lenker som blir delt?
    - Hvorfor ikke/Hva får deg til å trykke på linken?
  - o Deler du nyhetssaker om forskning selv?
    - Eksempel på hva du har delt?
    - Hva skal til for at du deler en forskningsnyhet?
- Hvilke nettaviser bruker du for å holde deg oppdatert på forskningsnyheter?
- Hvordan bruker du nettaviser til å oppdatere deg på forskningsnyheter?
  - o Går du direkte inn på nettavisene?
  - o Får du push-varsler?
  - o Har du en avis-app?
  - o Går du via lenker fra sosiale medier?
- Hvordan opplever du forskjellen mellom å lese nyheter i nettaviser og i sosiale medier?
  - o Hva foretrekker du?

- Hvorfor?

## 2: Forskningsnyheter og form

Forklaring på form: Det vil si hvordan nyhetene er presentert. Altså om nyhetene er formidlet som tekst, video, lyd, bilder eller en kombinasjon av disse.

- Hva skal til for at du ønsker å lese en nyhetssak om forskning?
  - Fengende overskrift?
  - Kun når det er et tema du er interessert om?
  - Når det er en sak noen venner har delt på sosiale medier?
- Kan du fortelle hvilke medieformer (tekst/bilde/video/lyd) du foretrekker når du oppdaterer deg på forskningsnyheter i *nettaviser*?
  - Hva liker du ved tekst når du skal lese en forskningsnyhet?
    - Hva foretrekkes av kort, lang, detaljert, dyptgående, beskrivende, lettfattelig språk som alle forstår, infobokser, lite/mange fagbegrep, eksempler, etc.?
    - Er det noen sider ved nyhetstekster du ikke liker?
  - Hva liker du ved bilder når du skal oppdatere deg på forskningsnyheter?
    - Fengende bilder, illustrerende, god kvalitet, spiller ikke bilder så mye rolle? Hva med grafikk?
    - Er det noen sider ved nyhetsbilder du ikke liker?
  - Hva liker du ved video når du skal oppdatere deg på forskningsnyheter?
    - Forklarende, illustrerende, kort, med lyd, uten lyd, intervjuer, teksing, uten teksting, lang?
    - Er det noen sider ved nyhetsvideoer du ikke liker?
  - Hva liker du ved lyd når du skal oppdatere deg på forskningsnyheter?
    - Podcast om visse tema, kort, langt, detaljert, underholdende vinkling?
    - Er det noen sider ved slike type nyheter du ikke liker?
  - Hvilke kombinasjoner liker du når du skal oppdatere deg på forskningsnyheter?
    - Tekst sammen med bilder? Tekst sammen med en kort og forklarende video? En tekst med både grafikk, video og link til podcast om tema?
    - Hvilke kombinasjoner liker du og liker du ikke?
- Kan du fortelle hvilke medietyper (tekst/bilde/video/lyd) du foretrekker når du oppdaterer deg på forskningsnyheter i *sosiale medier*?
  - Facebook:

- Tekst:
  - Bilde:
  - Video:
  - Lyd:
  - Kombinasjon:
  - Instagram:
    - Tekst:
    - Bilde:
    - Video:
    - Lyd:
    - Kombinasjon:
  - Youtube:
    - Tekst:
    - Bilde:
    - Video:
    - Lyd:
    - Kombinasjon:
  - Twitter:
    - Tekst:
    - Bilde:
    - Video:
    - Lyd:
    - Kombinasjon:
  - Snapchat:
    - Tekst:
    - Bilde:
    - Video:
    - Lyd:
    - Kombinasjon:
- Hva tror du kan være fordeler med å lese forskningsnyheter på sosiale medier?
    - Hva med ulemper?
  - Hvilke sosiale medier synes du fungerer best til å formidle forskningsnyheter?
    - Hvorfor? Har du et eksempel på en slik nyhetssak?
    - Hva med dårligst? Og hvorfor?



- Har du konkrete eksempler på forskningsnyheter som du har likt/ikke likt?
  - o Kan du fortelle hva du liker/ikke liker med disse?

### **Avrundingspørsmål**

- Er det noe du ønsker å legge til eller noe du ønsker å reflektere mer over?
  - o Hvilke tanker har du om hvordan forskningsnyheter kan formidles i fremtiden, slik at det blir mer interessant å lese?

Forklare hva som vil skje med datamaterialet fra intervjuet videre:

- Det som skjer med datamaterialet videre nå er at intervjuet blir transkribert, altså at lydopptaket blir gjort om til tekst. Deretter skal lydopptaket slettes. Det er kun jeg som har tilgang på dataene. Anonymiteten din vil bli opprettholdt hele tiden, og i selve oppgaven kommer du til å få et tilfeldig valgt navn eller et nummer. Og så må du huske at om du skulle ønske å trekke deg, så kan du gjøre dette når som helst uten noen problemer. Om du har noen spørsmål knyttet til oppgaven eller intervjuet så er det bare å kontakte meg.
- Har du noen spørsmål nå?

Takk informanten for intervjuet.

## 8.2 Informasjonsskriv for å rekruttere informanter

Hei!

Jeg studerer medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi ved NTNU og holder på å skrive en masteroppgave om nyhetslesing, nærmere bestemt lesing av forskningsnyheter. I den forbindelse ønsker jeg å intervjuer norskspråklige studenter i aldersgruppen 20-29 år som leser forskningsnyheter, og som bruker nettaviser og sosiale medier til å gjøre dette.

Spørsmålene vil dreie seg om medievanene og lesevanene deres når det gjelder forskningsnyheter, og hvilken form dere ønsker å få forskningsnyheter presentert (tekst, bilder, video, lyd).

Kort oppsummert: om du er eller kjenner noen som er student i Trondheim mellom 20-29 år som leser forskningsnyheter i nettaviser eller på sosiale medier, vil jeg snakke med deg.

Anonymiteten til de intervjuede vil bli beholdt og jeg følger forskningsetiske retningslinjer. Interessert i å hjelpe? Kontakt meg på tlf: 90518420 eller e-post: [lenasaternes@gmail.com](mailto:lenasaternes@gmail.com)

Vennlig hilsen

Lena Sæternes

## 8.3 NSD-godkjenning



Hendrik Storstein Spilker

7004 TRONDHEIM

Vår dato: 08.09.2017

Vår ref: 55548 / 3 / LH

Deres dato:

Deres ref:

### Tilbakemelding på melding om behandling av personopplysninger

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 29.08.2017.

Meldingen gjelder prosjektet:

<i>55548</i>	<i>Hvordan unge voksne ønsker å bli oppdatert på forskningsnyheter i nettaviser og på sosiale medier</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Hendrik Storstein Spilker</i>
<i>Student</i>	<i>Lena Sæternes</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemmet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget [skjema](#). Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en [offentlig database](#).

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 22.12.2017, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Dersom noe er uklart ta gjerne kontakt over telefon.

Vennlig hilsen

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

