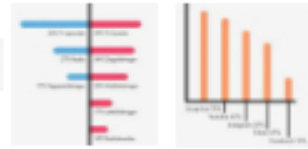


"VI RÖSTAR PÅ KÄNSLA"

UNGAS POLITISKA INTRESSE OCH VAL AV NYHETSKANALER INFÖR RIKSDAGSVALET 2022

HANNA ENEROTH

INFOGRAFIK



BAKGRUND

Uppsatsen ämnade att undersöka var och hur mycket unga vuxna mellan 18-20 år tog till sig information inför riksdagsvalet hösten 2022 samt hur källkritiska de har varit till informationen. Denna målgrupp är generellt sett mest aktiv på sociala medier och tar till sig stora delar av nyheter på sociala medier.

AVSIKTSFÖRKLARING

Vid uppstarten av examensarbetet gick en stor del av tiden ut på att undersöka var unga vuxna väljer att ta del av nyheter. Det finns ingen konkret forskning som tillhandahåller denna informationen däremot använde nätkällor sig utav illustrationer, troligtvis för att ge publiken en klarare bild av konceptet men som snarare gav motsatt effekt. Framförallt på grund av illustrationens dåliga kvalitet, element som är svåra att tyda och färgval utan baktanke. Gestaltningen ämnar att konkretisera statistiken med hjälp av både grafisk design och text i syfte att begripliggöra dess innebörd. Avsändaren är Internetstiftelsen som når ut till en bred publik av personer som finner intresse i politik och medieanvändning.

FRÅGESTÄLLNING

Hur har förstagångsväljare sökt och fått politisk information inför riksdagsvalet 2022 och hur har de upplevt och avgjort trovärdigheten i den information de erhållit och i vilken omfattning?

PROCESS

Hemsidor som Internetstiftelsen, Statens Medieråd och andra element användes som referens vid illustration av de olika elementen med både former såväl som färger i åtanke. Fonts Ninja, ett typsnittsverktyg, användes för att läsa av vilka typsnitt, teckenstorlek och radavstånd som används på Internetstiftelsen för att efterlikna hemsidan. Typsnitten som används på hemsidan var som förväntat köpta av webbtidningen. Av den anledningen applicerades istället liknande typsnitt. Programvaran som använts till gestaltningen är Illustrator.

RELATERAD MEDIEPRODUKTION

Liknande gestaltningsform används för att förklara statistik. I all sin enkelhet är majoriteten av illustrationerna, även kallat infografik, lätta att förstå tack vare kombinationen av grafiska element och text. En aspekt som inspirerat denna gestaltning.

TYPSNITT

General & AMATIC
Futura LT Book & Medium

FÄRGVAL

Eftersom elementära färger var återkommande i de hemsidor vi har valt att ta statistik ifrån i examensarbetet applicerades de även i gestaltningen. Färger hämtades med pipett-verktyg för att skapa ett snarlikt färgschema som stämmer överens med de visuella aspekterna av det empiriska materialet. Av den anledningen uteslöts användningen av färger som inte stämmer överens med verkligheten för att uppnå desto mer äkthet.

RESULTAT

Gestaltningen resulterade i en illustration som på ett tydligare sätt förklarar statistiken i hur unga vuxna väljer att ta del av nyheter. Unga vuxna tar oftast del av nyheter och politiskt innehåll på sociala medier, men i undantagsfall etablerade nyhetsmedier. Inför valet hösten 2022 var deltagandet i det politiska samtalet stort bland intervjupersonerna, oftast på sociala medier. Däremot anses de etablerade medier ha högst förtroende för att ta till sig nyheter såsom tidningar och TV enligt intervjupersonerna. De flesta unga vuxna är idag medvetna om vad de tar del oavsett om det är sanningsenligt eller inte. Däremot väljer de att ta del av nyhetsinnehåll så länge det tilltalar dem och deras behov.

Sociala medier har blivit centrala kanaler för att ta del av politisk information och för att delta i det politiska samtalet. Var tredje internetanvändare diskuterar politik på nätet och en större andel av de har ett politiskt intresse. Särskilt de unga är aktiva i de politiska samtalen online och ser positivt på sina möjligheter att påverka genom deltagande.

