

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2020-01-09

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.jmg.gu.se

Generation Z och förtroendekrisen

- en studie om mediemisstro hos unga

Författare: Rebecka Adin och Sara Höglund

Handledare: Bengt Johansson

Kursansvariga: Mathias Färdigh och Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: Generation Z and the Crisis of Trust – a study of youth’s media distrust
Authors: Rebecka Adin och Sara Höglund
Level: Bachelor thesis in Journalism
Term: HT 2019
Supervisor: Bengt Johansson

Aim of thesis: The aim of the study is to investigate how young adolescents aged 16 to 29 argues and motivates a distrust in the traditional news media.

Theoretical framework: Institutional trust, Dunning Kruger effect, Uses and gratification, Confirmation bias.

Methods: Qualitative focus groups interviews consisting of teenagers aged 16 to 19 enrolled in high school programmes in Västerås, Sweden.

Results: The results of the study showed that a distrust in the traditional news media was motivated by a general knowledge that the media is controlled by other forces in society in contrast to the one of being an objective mirror of world events. Powers of the market, censorship and propaganda are mentioned as well as the media having their own political agenda. An awareness of one’s own inability to fully determine what is true or not also affect the level of distrust. The respondents further discuss how the consequences on trust of spreading fake news depends on the motive of the source. A few of the mentioned factors that increase the distrust towards the media are mainly exaggerated and angled news as well as having a history of spreading false news.

Vi vill rikta varma tack till:

Vår handledare Bengt Johansson för guidning genom hela processen, från fokusgrupper till färdig uppsats, som också utan problem kunde genomföras på distans.

NTI-gymnasiet och deras elever för deltagande i fokusgruppsintervjuerna.

Till NTI-gymnasiets personal, lärarna Sofia Fors, Sven Östlinger och rektor Anders Tegerhult för den ovärderliga hjälpen med att finna både tid och rum för fokusgrupperna. Utan er hade den här studien inte kunnat genomföras.

Även till Kopparlundsgymnasiet och Yrkesgymnasiet i Västerås som tog emot oss under urvalsprocessen och lät oss presentera studien för eleverna.

Innehållsförteckning

Abstract	3
Innehållsförteckning	5
1 Inledning	7
1.1 Problematisering	7
1.2 Syfte	8
1.3 Frågeställningar	8
1.4 Inom och- utomvetenskaplig relevans	9
2 Bakgrund	10
2.1 Förtroendets faktorer	10
2.1.1 Definition av misstro	10
2.2 Teori och tidigare forskning	11
2.2.1 Medieförtroende - en översikt	11
2.2.3 Medieförtroende kopplat till mediekonsumtion	12
2.2.4 Fake News-fenomenet och dess påverkan på medieförtroendet	13
2.2.5 Medieförtroende och politisk polarisering	14
2.2.6 Medieförtroende hos ungdomar	14
2.3 Teoretiska ramverk	15
2.3.1 Institutionellt förtroende	15
2.3.2 Dunning Kruger effekten	15
2.3.3 Uses and gratifications teorin	16
2.3.4 Konfirmationsbias	16
3 Metod och material	17
3.1 Kvalitativa intervjuer	17
3.2 Fokusgrupper	17
3.3 Fokusgruppen som metod utifrån studiens syfte	18
3.4 Material	19
3.5 Tillvägagångssätt för urvalet	19
3.5.1 Resultat från urvalsenkäten	20
3.5.2 Urval fokusgrupp	21
3.6 Styrkor och brister med valet av metod och material	22
3.7 Genomförande	22
3.7.1 Insamling av materialet	22
3.7.1 Bearbetning av materialet	24
3.8 Metodens giltighet och tillförlitlighet	25
3.8.1 Urvalsprocessen av deltagare till fokusgrupperna	26
3.8.2 Gruppdynamikens variation i fokusgrupperna	27
3.8.3 Vår egen konfirmationsbias	28
4 Resultat och analys	29
4.1 Introduktion	29
4.2 Orsaker bakom en misstro mot medier	29
4.2.1 Specifika faktorer som orsak till misstro	29
4.2.2 Individuella orsaker bakom misstro	34

4.2.3	En händelse eller tidpunkt som orsakade misstro	35
4.3	Konsekvenser av en misstro mot nyhetsmedier	36
4.3.1	Källkritiskt förhållningssätt	36
4.3.2	Undvikande som konsekvens	37
4.3.3	Konsumtion av medier trots misstro	38
4.4	Analys utifrån teoretiskt ramverk	39
4.4.1	Institutionellt förtroende	39
4.4.2	Dunning Kruger effekten	40
4.4.3	Uses and gratifications teorin	41
4.4.4	Konfirmationsbias	42
4.4.5	Sammanfattning	42
5	Slutdiskussion	44
6	Förslag på vidare forskning	46
	Referenser	47
	Bilagor	50
	Intervjuguide	50

1 Inledning

Medierna i samhället kallas för den tredje statsmakten eftersom de står för den spegling av de skeenden som ligger till grund för verklighetsuppfattningen hos den svenska demokratins medborgare. Det som sker i samhället och politiken ska återges till folket så att de i sin tur kan välja den och dem som ska representera de åsikter som resonerar hos den enskilde. En oberoende och opartisk medierapportering är också en vital del av ett demokratiskt samhälle och skyddar mot korrupktion och statliga övergrepp (Andersson & Weibull, 2017).

Det senaste årtiondet har stora skiftningar i medielandskapet ägt rum i och med sociala mediers framfart. Det har gjort avtryck i både hur de traditionella medierna förmedlar sina nyheter och hur publiken i sin tur uppfattar dem. Mediernas centrala ställning blir allt mer ifrågasatt. Uttryck som "fake news" och en kritik mot "mediaetablissemangen" har blivit en del i debatten i sociala medier där man menar att medier mörkar och inte återger allmänheten hela nyhetsbilden. Det skapas en misstro (Andersson & Weibull, 2017).

Vad de misstroende grundar sina uppfattningar på är däremot mer oklart. Flera kvantitativa studier har visat att det finns en misstro mot medier men färre kvalitativa studier har valt att gå på djupet med orsakerna bakom misstron ur ett publikperspektiv (Westlund, 2006). Att förtroendet för medier är i förändring bekräftas av bland annat SOM-institutets kvantitativa undersökning från 2017, som visar att misstron mot de traditionella medierna ökar.

1.1 Problematisering

Mediernas trovärdighet har studerats sedan en längre tid tillbaka men publikens perspektiv på trovärdighet och förtroende är fortfarande relativt ostuderad. Kvantitativa studier kring den svenska befolkningens förtroende för de traditionella medierna som dagspress, radio och TV har genomförts regelbundet av bland andra SOM-institutet. I deras undersökning från 2017 har dagspress visat sig ha ett lägre förtroende hos publiken än TV och kommersiellt finansierade medier inget lägre förtroende än public service, som med sina riktlinjer och icke-kommersiella finansiering har visat sig resultera i ett högre förtroende hos publiken (Frida Tipple, 2017). Samtidigt är också public service en stor måltavla, just genom att vara offentligt finansierade och reglerade, för allmän kritik (Asp, 2017).

Antologin *Misstron mot medier* från 2017 framför olika perspektiv på den misstro som tidigare kartlagts. Där konstateras att medieförtroendet har varit stabilt över tid men att det finns ett antal faktorer där förtroendet sjunker och man kan börja diskutera en form av misstro hos mottagarna. Några av dessa faktorer är ålder, ideologisk inriktning, partipolitisk tillhörighet och rent innehållsmässigt, där rapporter om invandring och brottslighet visat sig få ett lägre publikförtroende. Misstro har även börjat förekomma alltmer som ett politiskt vapen där det idag räcker med att endast så ett frö av tvivel för att rubba en förtroendebalans (Truedson, 2017).

En faktor som är återkommande i flera studier om medieförtroende är ålder. Det har visat sig att ungdomar och unga vuxna, mellan 16–29 år, i högre utsträckning misstror medier än äldre (Frida Tipple, 2017). Det råder en ålderspolarisering generellt beträffande medieförtroende där de ungas förtroende minskat framförallt för public service minskat, med en eventuell förklaring i förändrade medievanor (Andersson & Weibull, 2017). Vi vill i vår studie fokusera på ålderspolariseringen och framförallt titta djupare på möjliga orsaker till varför ungdomarna har ett lägre förtroende till de traditionella medierna. För att få förståelse för problematiken vill vi titta på fenomenet misstro mot medier utifrån de misstroendes egna röster om varför och hur de resonerar som de gör. Genom att analysera vad de själva menar med sin misstro kan vi få en ökad förståelse för den.

En intressant aspekt till fenomenet misstro mot medier är förmågan att ta sig an ett mediematerial källkritiskt. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, MSB, arbetar för att medborgare ska stärka sitt psykologiska försvar och bli mer källkritiska samt att det svenska mediesystemet ska fungera vid händelse av höjd beredskap. Vilket bland annat avspeglar sig i den svenska skolundervisningen (Sundin & Francke, 2011).

Det har gjorts tidigare studier av ungdomars förmåga att se falsifierade nyheter, till exempel genomfördes ett test av ungdomars förmåga att identifiera trovärdiga nyheter inom ramen för ett projekt initierat av Uppsala universitet, RISE interactive kallat *Nyhetsvärderaren*.

Resultatet som publicerades via Nordicom Review visar att de ungdomar som tror att de har god förmåga att identifiera felaktigheter, inte alltid var varse om sin oförmåga (Nygren, Thomas & Guath, Mona 2019). Kan en orsak till misstro vara en bakomliggande osäkerhet och kunskapsbrist kring materialets riktighet?

Vi vill med denna studie gå djupare in på varför misstro för medier uppstår hos ungdomar och utifrån teoretiska ramverk se över om det finns några bakomliggande faktorer. Tidigare studier har fokuserat på generella anledningar till misstro, där vill vi nu istället låta mediekonsumenterna själva få diskutera vad de tror ligger bakom deras misstro mot de traditionella medierna.

1.2 Syfte

Studiens syfte är att undersöka möjliga orsaker till varför ungdomar har ett bristande medieförtroende och konsekvenserna det kan få.

Vi ska studera mer djupgående varför ungdomar har ett lägre medieförtroende till traditionella medier än andra åldersgrupper genom att låta gymnasieungdomar i åldern 16–19 år diskutera frågor kring mediemisstro. Dessa ungdomar är en del av en generation som i stort sett vuxit upp med alternativa medier som också har förutsättningar att ifrågasätta de traditionella mediernas centralisering.

1.3 Frågeställningar

Nedan följer våra frågeställningar som består av två huvudfrågor med underkategoriserade frågeställningar för att de ska kunna besvaras genom ett mer detaljerat resultat.

1. Varför misstror ungdomar traditionell media?
 - a. *Beror misstroendet på någon eller några specifika faktorer? I så fall vilka?*
 - b. *Är orsakerna bakom en misstro individuell?*
 - c. *Finns det en specifik tidpunkt när misstron uppstod? Och varför i så fall?*
2. Vad får misstron för konsekvenser?
 - a. *Kan misstron kopplas till en medvetenhet och förmåga om att aktivt källkritiskt granska mediematerial? Blir de mer källkritiska och på vilket sätt?*
 - b. *Leder misstro till ett undvikande av alla eller vissa nyhetsmedier?*

1.4 Inom- och utomvetenskaplig relevans

Denna studie är relevant att genomföra eftersom, som tidigare nämnt, medborgarnas förtroende för medier är en viktig del i ett demokratiskt samhälle. Medborgarnas tillit till medierna är den hårdvaluta som i sin tur kan vara det som avgör om nyheter anses värda betalning och tid. I slutändan kommer förtroendet för medier att ligga till grund för vilken påverkan de får på individens, gruppens och samhällets verklighetsuppfattning och beslut. Idag är desinformation en demokratifråga och något som staten arbetar aktivt med genom psykologiskt försvarsarbete (Petersson, 2018).

Tipple, Bergström och Andersson (2017) skriver utifrån SOM-undersökningen att det finns en misstro bland ungdomar men kvalitativa forskningsstudier kring de mer djupgående orsakerna bakom finns det fortfarande ett behov av. Själva mätningen av förtroende och dess komplexitet ger också utrymme för att kvalitativa studier bättre kan närma sig mer subjektiva definierar av begreppet. Westlund (2006) problematiserar SOM-undersökningens sätt att mäta medieförtroende med anledning av dess komplexitet. När frågan om hur högt förtroende personer har för vissa typ av medier ställs, så gör varje individ en subjektiv bedömning utifrån en egen tolkning. Det skapas då en osäkerhet kring vad som faktiskt mäts (Westlund, 2006).

Mot bakgrund av detta är det därför intressant och samhällsrellevant att undersöka dessa närmare. Genom att få en tydligare bild kring varför misstro uppstår och vad det får för konsekvenser, kan man i framtiden genomföra mer detaljerade kvantitativa studier, något denna studie avser att bidra till. Journalister ges även möjligheten att genom förståelse för orsakerna kring misstroendeförklaringar arbeta vidare med att hitta vägar för att återvinna, bibehålla, och i det långa perspektivet öka förtroendekapitalet hos mediekonsumenter och den svenska befolkningen i stort.

2 Bakgrund

Förtroendefrågan är komplex. Vi ska under bakgrundskapitlet redogöra för vilka faktorer som enligt tidigare forskning ligger till grund för att människor ska kunna känna förtroende. Vi kommer också överskådligt presentera forskningen inom området medieförtroende och vad vi i den här studien definierar som misstro. Sammanfattningsvis presenterar vi tidigare forskning på ungdomars medieförtroende för traditionella medier i Sverige.

2.1 Förtroendets faktorer

Redan på slutet av 40-talet började forskare vid Yale-universitet titta på vad som inger förtroende hos människor. De kunde redan då se att förtroende hade ett samband med uppfattad kompetens och trovärdighet (Truedson, 2017). Senare på 60-talet gjorde Handelshögskolan i Stockholm de första svenska förtroendemätningarna på uppdrag av Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar (Lundberg, 1968).

Elliot (2008) nämner tre faktorer som samspelar för att tillsammans stärka eller försvaga upplevelsen av att någon eller något är förtroendeingivande. Dels har erfarenheter av tidigare beteende betydelse, att agera enligt uttalad eller outtalad överenskommelse eller inte påverkar förväntningarna av framtida agerande. Personen, organisationen eller institutionen som förtroendet riktas mot bör också ha ett gott anseende i den allmänna opinionen, det är den andra faktorn som har visat sig ha betydelse. Sista samspelande faktorn är till vilken grad som personen som känner förtroendet är beroende av sagda institution eller organisation i sin egen vardag (Elliot, 2008).

Förutom de tre samspelande huvudfaktorerna har man i andra studier tittat på egenskaper som påverkar hur stort förtroende man känner. Det är vilken grad av kompetens man anser personen eller organisationen har inom det område de har samröre, samt grad av integritet, empati, transparens i sin process eller verksamhet och hur gemensamma värden man har (Oscarsson, Bergström, & institutet, 2014).

Förutom dessa fem egenskaper har man också noterat att graden av närhet har betydelse. Ju närmare man står en organisation eller person desto högre förtroende känner man. Närheten kan vara både social och geografisk. Till exempel såg man i resultaten från SOM-undersökningen 2017 att de som läst på högskola också har större förtroende för högskolor och universitet som institution i samhället (Frida Tipple, 2017).

2.1.1 Definition av misstro

Tidigare forskning på förtroende respektive misstro mot medier har präglats av en diskurs där förtroende och misstro ses som motpoler på en gemensam skala. Detta har på senare tid förkastats och man har försökt att ta fram gemensamma mätinstrument som ska förenkla och göra forskningen på området mer samstämmig (Engelke, Hase, & Wintterlin, 2019).

Engelke et al. (2019) beskriver om hur vissa aspekter som visat sig påverka svarandes förtroende för medier till det bättre i sin motsats däremot inte orsakar en ökad misstro (Engelke et al., 2019).

Vissa aspekter som objektivitet/subjektivitet, korrekthet/misstag, partiskhet/neutralitet kan i sina motpoler jämföras och ge mer förtroende respektive ökad misstro (Lewicki, McAllister, & Bies, 1998; Moody, Lowry, & Galletta, 2017). I en studie kunde en faktor som snabb nyhetsrapportering både generera ett högre förtroende hos vissa svarande i en studie men resulterade i ökad skepsis och misstro hos andra (Gallup, 2018).

Fischer (2016) problematiserar förtroendebegreppets utveckling mot ett mer misstroende samhälle sammankopplat till det i allt större utsträckning individualiserade samhället. Hon lyfter att de senaste 25 årens utveckling har skapat en era av ett "risksamhälle" (Fisher, 2016). En misstro är alltså definitionen på det som sker inom människor när förtroendets faktorer faller samman, då människor inte längre kan rota sig i en gemenskap och en tillit till samhället i stort eller till andra individer.

Misstro uppstår när förtroende inte längre kan upprätthållas genom de grundläggande faktorerna som trygghet och förutsägbarhet. En misstroende person känner osäkerhet och stress över något den inte längre har förtroende för. Men misstro kan också ses som en form av negativt förtroende. Då upplevs misstron som en förutsägbar säkerhet kring en negativ uppfattning om ett visst fenomen (Mind, 2019).

I den här studien definierar vi misstro som en negativ eller förnekande bild av sanningshalten i nyhetsmediernas rapporter. Vi väver in ovanstående perspektiv i kommande analyser men utgår ifrån att förtroendet för medier grundar sig i en bekräftelse och ett medhåll med att det medierna rapporterar om är sant och relevant, och att eventuella motsättningar mot det är att likställa med misstro.

2.2 Teori och tidigare forskning

Här presenterar vi den tidigare forskning som gjorts på området medier och misstro. Eftersom misstro är tätt förknippat med att hysa förtroende diskuteras även det som begrepp. Vi resonerar även utifrån forskning hur förtroende kan kopplas till användning av media och även begreppet fake news. Avslutningsvis diskuteras hur förtroende för media och politisk polarisering kan samspela samt hur ungdomar som målgrupp ser på medieförtroende enligt tidigare studier på området.

2.2.1 Medieförtroende - en översikt

Att mäta förtroende för en bransch i ständig rörelse är en utmaning på många fronter. Forskarna har över åren varit oense med hur man över huvud taget ska definiera förtroende begreppet, för att sedan kunna mäta hur högt förtroende de olika medierna har. Det finns således ingen standardiserad skala för hur förtroende ska mätas (Kohring & Matthes, 2007). Förtroendeforskningen för medier har sin grund i många år av forskning på ämnet

trovärdighet. De två begreppen förtroende och trovärdighet kring medier används ofta som varandras synonymer (Fisher, 2016).

Den forskning som tidigare gjorts på ämnet kan enligt Fisher (2016) delas upp utifrån följande faktorer: förtroende för innehållet, förtroende för källan som rapporterar och förtroende för avsändare genom vilken nyheten är producerad. Fisher menar vidare att den här uppdelningen går att fortsatt applicera i den digitala eran som medier nu befinner sig i, men att kategorierna numera oftare överlappar varandra med anledning av online-media och sociala medier.

I takt med att digitaliseringen av medier har ökat och att plattformarna för publikbaserad publicering har ökat har också förtroende för de traditionella medierna kommit att diskuteras allt mer på, inte minst på just de sociala digitala plattformarna. Det som medierna publicerar ifrågasätts och har på så vis kommit att utmanas på ett tydligare sätt än tidigare, innan internets tid (Andersson & Weibull, 2018). Detta mönster syns över hela världen och utmanar synen på de traditionella mediernas centrala ställning

Den nationella SOM-undersökningen har en väl utarbetad metodologi, där urvalsprocess och tillvägagångssätt beskrivs närmare av Vernersdotter (Vernersdotter, 2016). Varje år redovisas resultat där slumpmässigt utvalda svenskar svarat på frågor om bland annat förtroendet för medierna. När man tittar på jämförelser mellan den äldre och yngre generationen kan man se ett högt förtroende bland äldre för public servicemedier och lågt för kommersiella radiokanaler. Förtroendet för kvällspressen och kommersiell TV och TV4 skiljer sig inte mellan generationerna. De yngre utmärker sig med ett större förtroende för morgontidningen Dagens Nyheter, som också var det mediet som ökade i förtroende bland 16–29 åringar mellan åren 2010 till 2015 enligt SOM-undersökningarnas resultat de åren (Bergström & Oscarsson, 2017; Truedson, 2017).

2.2.3 Medieförtroende kopplat till mediekonsumtion

Inom medieforskningen har det varit ett outtalat antagande att om man inte hyser ett förtroende för en viss typ av nyhetsmedie tar man heller inte del av det. Det antagandet har problematiserats och visat sig bero på vilken medietyp som omtalas.

Tidigare forskning på förtroende för medier har också visat att människor definierar sitt förtroende olika beroende på hur frågeställningen är formulerad. Till exempel har amerikanska studier visat att människor tenderar att sätta ett lägre betyg på sitt förtroende när nyhetskällorna inte preciseras i frågan om hur stort förtroende man känner för medier (Daniller, Allen, Tallevi, & Mutz, 2017). Detsamma gäller för om nyhetskällorna som efterfrågas är de man själva brukar använda, eller något som inte är bekant. De källor som respondenten själv använder tenderar att få högre förtroendebetyg. Detta är applicerbart även på svenska studier där resultat tydligt framkommit att de lokala medierna som finns i personers närhet också är de som får högst förtroende (Weibull, 2009).

Nyhetskonsumtionens format och dess betydelse på förtroendet är något som tidigare ifrågasatts av Kalogeropolulos m. fl. De problematiserar att det finns ytterst få perspektiv på om sättet man konsumerar nyheter påverkar ens förtroende. De menar på att det finns en korrelation mellan att konsumera sina nyheter genom icke traditionella medier och ett lågt förtroende för nyhetsmedier överlag, samtidigt som då ett högre användande av traditionella medier är kopplat till ett högre förtroende för nyhetsmedier (Kalogeropoulos, Suiter, Udris, & Eisenegger, 2019).

Weibull (2009) jämför användningsgrad och förtroende. Det framkommer då att sambandet att ett ökat användande skulle innebära ett ökat förtroende gäller men ger starkare och svagare utslag beroende på vilka typer av medier det gäller. Bland annat visas att public service medierna som SVT och SR kan ingjuta ett högt förtroende trots att de inte konsumeras regelbundet. Kommersiella kanaler visar sig däremot vara mest beroende av ett högre användande för att vinna ett högre förtroende (Weibull, 2009). Detta påstås bero på att public service åtnjuter en del av det relativt höga institutionella förtroendet som råder i Sverige (Holmberg & Weibull, 2017). Public service-medierna antar en institutionell karaktär i konsumenternas ögon.

Något annat som man kan se har tappat i förtroende de senaste tio åren är den lokala morgontidningen. Ursprungligen hade den ett förtroende likvärdigt med public service men i takt med pappersupplagens nedgång och fler betalväggar har användningen gått ner och likaså förtroendet (Truedson, 2017; Weibull, 2013).

2.2.4 Fake News-fenomenet och dess påverkan på medieförtroendet

Sedan Trump vann valet i USA 2016 har debatten kring falska nyheter, misstron mot medier och populism vuxit sig större. I en vidare bemärkelse av fenomenet lyfts en diskussion kring vad sanning och fakta innebär. Andersson och Weibull (2018) diskuterar vår syn på sanning. I en undersökning genomförd på personer i Göteborgsområdet 2017 ställdes frågan vad sanning är för någonting med ett antal svarsalternativ. Över hälften av respondenterna svarade att sanning är det som stämmer överens med verkligheten, vilket också gör att om en nyhet inte stämmer överens med verkligheten så anses den som osann och felaktig (Andersson & Weibull, 2018). De menar också att detta synsätt dominerade bland de yngre respondenterna i undersökningen där 56 procent av de yngre svarande höll med om påståendet att sanning är det som speglar verkligheten.

Jack Werner som under många år engagerat sig i falska nyheter och som startade upp Metros Viralgranskaren, kritiserar hela begreppet Fake News i den filmade föreläsningen *Vivala lögner och rädslan bakom* som sändes i UR Samtiden (2019, 28 mars). Han menar på att det är omöjligt att använda sig av uttrycket Fake News med anledning av att det myntades av president Trump och således blir en subjektiv bedömning av medier. Han menar också på att människor som utsatts för begreppet fake news har ett lägre förtroende för medier redan innan de tagit del av dem. Genom att använda sig av uttrycket skapar man ett lägre förtroende och bör därför istället prata om "felaktigheter på internet". Han menar vidare också att

kritiken mot journalistiken behövs men att den behöver vara mer konkret än att kalla den för “fake news”. Han pratar också om att man i hela falska nyheter diskussionen ska fråga sig, inte bara vem som startade en falsk historia, utan också vad i berättelsen som fungerar så bra att människor är beredda att tro på det och sprida den vidare.

När det kommer till medieförtroendet och de falska nyheterna så är det som Weibull (2018) skriver att människor tenderar att tro på det som enligt deras egna uppfattning återspeglar verkligheten. En fråga som ofta tas upp i sammanhanget och som bidragande till att minska förtroendet handlar om att medier kritiserar för att mörka ämnen (Andersson & Weibull, 2018). Vidare bidrar misstänkliggörandet av medierna till att människor ifrågasätter om det över huvud taget går att lita på medierna.

2.2.5 Medieförtroende och politisk polarisering

En annan viktig aspekt på förtroende för medier är att det ofta står i relation till förtroendet för politiken. I länder med hög korrupktion och lågt förtroende för politiker, råder lägre förtroende generellt även för nyhetsmedier (Kalogeropoulos et al., 2019).

Antologin *Misstron mot medier* lyfter fram bilden av en ökad polarisering av förtroende beroende på politisk partitillhörighet fram tills idag. Flera mönster kan ses, de som ligger till vänster politiskt har högre förtroende än de som ligger till höger. Borgerliga och framförallt Sverigedemokrater är överrepresenterade bland de med lägst förtroende (Andersson & Weibull, 2018). Sedan 80-talet har även åsiktsjournalistiken ökat, trots att partipolitisk tillhörighet inte ska påverka nyhetsarbetet kan man tillsammans med en ökad polarisering i förtroende också se att tron att nyhetsinnehållet färgas av politisk tillhörighet finns (Nord, 2001).

Förutom partipolitisk koppling ses också en korrelation med vilka ämnen som media rapporterar om påverkar graden av förtroende. De ämnen som man politiskt står nära har man också lägst förtroende för att media rapporterar korrekt om. Till exempel är förtroendet för rapporteringen om invandringen som lägst bland Sverigedemokrater medan de som röstar vänster har lågt förtroende för rapporteringen om näringslivet. Det ämne som har störst förtroende är sjukvården (Truedson, 2017).

Att förtroendet skulle vara på nedgång och att Sveriges medier har en förtroendekris vill Andersson, 2005 inte påstå. Istället kan man tala om att det råder förtroendekriser inom vissa grupper inför rapporteringen om vissa ämnen (Andersson, 2005).

2.2.6 Medieförtroende hos ungdomar

Ungdomars medieförtroende grundar sig mycket i de traditionella kriterierna för källkritik. Enligt Statens medieråd (2019) tenderar ungdomar att tro mer på nyheter som hänvisas till flera källor och som också presenterar tydliga källor i materialet.

De menar också att ungdomars användning av medier, främst digitala, är så komplex att det inte finns något enkelt svar på hur och varför ungdomar använder nyhetsmedier. Men deras

undersökning visar att ungdomar, trots att de mestadels använder sig och rör sig i de sociala medierna, trots allt har högre förtroende för de traditionella nyhetsmedierna när det kommer till att inhämta information och nyheter. Samtidigt lyfter också den här studien de faktum att ungdomar besitter en generell misstänksamhet gentemot nyhetsmedier, och studien frågar sig ifall det har att göra med att deras misstänksamhet gentemot tillförlitligheten till de sociala medierna smittar av sig på de traditionella nyhetsmedierna.

2.3 Teoretiska ramverk

Här följer en presentation av de teoretiska ingångar som vi kommer att ha i analysen av vår studie. Samtliga teorier är kopplade till olika typer av syn och ingångar på förtroendebegreppet. Vi kommer också att gå igenom teorier som visar hur människors förtroende för medier tar sig uttryck och vad för yttre faktorer som kan påverka det.

2.3.1 Institutionellt förtroende

Hanitzsch, van Dalen och Steindel (2018) föreslår att titta på medieförtroende som man ser på förtroende för institutioner. Ett institutionellt förtroende bygger på erfarenheter, hur institutionen tidigare har presterat och kan ses utifrån två olika perspektiv på teori; det institutionella perspektivet och det kulturella perspektivet. Utifrån det institutionella perspektivet ses det sjunkande medieförtroendet som en konsekvens av en upplevelse av sämre prestation hos de traditionella medierna (Hanitzsch, Van Dalen, & Steindl, 2018), medan utifrån det kulturella perspektivet ses förtroende för institutioner som något medfött och kulturellt betingat, något som man haft med sig under en längre tid i livet. Tidigare forskning har bekräftat denna teori med att människor har haft förtroende för medier i högre utsträckning om de har generellt högre förtroende för andra människor (Hanitzsch et al., 2018).

Det institutionella förtroendet har sin grund i erfarenhet, vilket kan påverkas åt både negativt och positivt håll. En ung person som är socioekonomiskt utsatt och som har haft mycket negativa intryck och erfarenheter från en viss institution kommer säkerligen också att ha ett mer restriktivt förtroende för den institutionen, rent av en misstro. (Hudson, 2006).

2.3.2 Dunning Kruger effekten

Dunning Kruger effekten handlar om människor som i stor utsträckning lider av en oförmåga att bedöma sin egen inkompetens. Människor tenderar att ha overifierade åsikter och stå fast vid dessa till den grad att de ofta höjer sina åsikter över vetenskapliga fakta (Dunning, Johnson, Ehrlinger, & Kruger, 2003). Att inte inse sin egen begränsning och inkompetens är grundat i samma förmåga som att inte heller inse när någon annan har rätt eller fel, eller erkänna densamme. Det är en brist på metakognition, en oförmåga att inse sin egen tankeprocess (Dunning et al., 2003).

Dunning Kruger effekten kan appliceras till källkritik utifrån ett nyhetsperspektiv. I en undersökning av Uppsala universitet presenterad i Nordicom Review genomfördes ett test på gymnasieungdomar för att de skulle bedöma trovärdigheten i nyhetsartiklar. Resultatet visade

på att vissa ungdomar som tyckte att källkritik var viktigt också hade lättare för att särskilja falska nyheter från de trovärdiga, då de verkade ha utvecklat en kompetens. De elever som inte insåg sin inkompetens trodde i högre grad att de kunde särskilja de falska nyheterna, men hade enligt undersökningen i större utsträckning fel i resultatet (Nygren & Guath, 2019).

2.3.3 Uses and gratifications teorin

Varför människor använder sig av medier har varit en utgångspunkt för mängder av typer av medieforskning. Vi kan i den här studien inte bortse från att uses and gratifications kommer att vara en relevant teori att titta på utifrån perspektivet på förtroende. User and gratification teorin bygger på att undersöka vad som driver människor när de väljer innehåll för sin dagliga mediekonsumtion (Fisher, 2016). Ur ett förtroendeperspektiv tenderar en högre frekvens av användning också att utlysa ett högre förtroende för medietypen. Vidare är förtroende enbart en anledning till att människor konsumerar medier. Men ett högre förtroende tenderar också en högre konsumtion (ibid).

Utifrån uses and gratifications teorin går det också att titta på skillnaden i förtroende när människor konsumerar medier utifrån ett informationssökande kontra sökande efter underhållning, och skillnaden i hur förtroendet påverkar konsumtionen. Som flera studier har visat så fortsätter människor att konsumera kvällspress och kommersiella kanaler trots lågt förtroende, mestadels på grund av ett underhållningsvärde som man sätter över sitt förtroende.

2.3.4 Konfirmationsbias

Konfirmationsbias handlar om selektiv bekräftelse. Genom konfirmationsbias riskerar man att ignorera motargument och istället försöka bekräfta en hypotes. Det innebär att människor tenderar att tolka information på ett sätt som stärker den egna verklighetsuppfattningen (Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017; Strömbäck & Johansson, 2017).

Detta kan i sin tur kopplas till förtroende när en konsument av nyhetsinformation söker och bekräftar att den stämmer överens med den egna redan etablerade verklighetsbilden och åsikten (Nickerson, 1998; Taber & Lodge, 2006).

3 Metod och material

Vi har valt att genomföra vår studie med en kvalitativ metod. Det beslutet grundar vi i att vi vill komma åt varför människor skapar en misstro för medier. Den kvalitativa metoden som vi har valt är fokusgruppsintervjuer då vi tror att det är en metod som väl lämpar sig baserat på syftet av vår studie. Vi är inte ute efter något generaliserande resultat utan strävar efter en fördjupning på ämnet misstro för medier kopplat till åldersgruppen 16 till 19 åringar, som enligt den årliga SOM-undersökningen kring medier och förtroende visat sig ha ett sjunkande förtroende. Nedan förklarar vi lite mer ingående kring val av metod och material.

3.1 Kvalitativa intervjuer

Den kvalitativa intervjun används när vi vill studera människors erfarenheter av, deras sätt att förstå och uppleva, förhållanden i vardagsliv och yrkesliv (Ekström & Johansson, 2019). Genom att öppna upp för friare svar och resonemang från respondenter får vi ut information som en kvantitativ frågeundersökning aldrig hade kunnat uppnå. Intervjun ger på så sätt möjlighet att registrera oväntade svar (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, & Wängnerud, 2012). Intervjumetoden ger också en möjlighet att följa upp de oväntade svaren med följdfrågor (ibid).

Intervjumetoden används för att angripa flera olika forskningsproblem. Den är enligt Esaiasson (2012), särskilt användbar när vi vill undersöka hur människor beskriver sin egen omvärld och få en uppfattning om den personliga tolkningen. Psykologen Steinar Kvale från Århus universitet definierade forskningsmetoden kvalitativ intervju som att forskaren ska sträva efter att försöka förstå världen utifrån intervjupersonens perspektiv (Esaiasson et al., 2012).

Intervjupersonen som deltar i en kvalitativ intervju kan presenteras som informant eller respondent. Den väsentliga skillnaden är det källkritiska spåret, där en informant ska tillföra värdefull kunskap inom ett visst ämne och respondenten ska tillföra ett perspektiv och en åsikt kring ett visst ämne. Kort sagt, utmaningen i en respondentintervju består i att komma så nära att man verkligen fångar in intervjupersonernas tankevärld utan att lägga till sina egna fördomar om hur svaren borde vara (Esaiasson et al., 2012). En respondentintervju kan dock aldrig ses som "sanningen" utan blir ett personligt perspektiv. Det är viktigt att ha i åtanke då det är den formen av intervju som vi använder oss av.

3.2 Fokusgrupper

Genom att välja formatet fokusgruppintervju i en kvalitativ studie kan man lättare få in den sociala interaktionen mellan deltagarna i sin observation. (Ekström & Johansson, 2019). Den stora skillnaden på en observation av ett gruppsamtal och en fokusgrupp är att fokusgruppen är en sammansättning av strategiskt utvalda deltagare som diskuterar kring ett ämne som forskaren har valt (Esaiasson et al., 2012). Gruppen kan också hjälpa varandra att resonera

kring forskarens frågeställningar och på så sätt ge mer utvecklade svar och fokus på sådant som inte kommer fram i enskilda intervjusituationen (Ekström & Johansson, 2019).

Fokusgruppsintervjuer är en väl använd metodansats inom samhällsvetenskaplig forskning, framförallt kring marknadsföring och kommunikation och sociologi. Metoden grundar sig i när forskarna Robert Merton och Paul Lazarsfeld, från sociologiska universitetet i Columbia, genomförde gruppdiskussioner kring direktsänd radio strax innan andra världskriget. De antog ett nytt grepp om gruppintervjun genom att låta intervjuaren backa undan från ledande frågor och istället låta deltagarna själva ta mer plats i diskussionen (Wibeck, 2010). Vidare använde Merton och Lazarsfeld metoden för att bland annat analysera propagandamaterial.

För att förstå ett gemensamt fenomen och hur det diskuteras i sociala interaktioner är fokusgruppen en bra metod. Förutom att beskriva hur åsiktsbildningen sker och vilka värderingar som tas upp i samband med ett ämne så kan också gemensamma beskrivningar komma fram ur själva gruppdiskussionen (Wibeck, 2010).

Fokusgrupper kan vara strukturerade eller ostrukturerade beroende på hur involverad och aktiv moderatorn, eller intervjuaren, ska vara (Wibeck, 2010). Strukturerade fokusgrupper används med fördel när känsliga ämnen ska diskuteras medan ostrukturerade används att deltagarna i största möjliga mån ska prata med varandra.

3.3 Fokusgruppen som metod utifrån studiens syfte

Vår studies syfte är att besvara frågan om varför människor misstror medier. Vi har valt att utgå från målgruppen 16–29 år som enligt SOM undersökningens resultat från 2017 visat sig vara en grupp med ett sjunkande förtroende för medier. Generellt har svenskar idag ett högt förtroende för de traditionella medierna, men det finns en misstro och det är den som studien ska undersöka. Inom spannet för målgruppen för SOM institutets enkät, har vi sedan gjort en avgränsning till att undersöka 16–19 åringar vilka vi valt att känneteckna som gymnasieungdomar. Under avsnittet om tillvägagångssätt förklarar vi närmare kring hanteringen av målgruppen.

Att kvantitativt undersöka varför människor misstror, hade inneburit att vi på förhand hade fått plocka ut ett antal premisser för vad som kan kännetecknas som misstro för att därefter generalisera ett resultat baserat på svarsfrekvens. Genom fokusgruppsintervjuer kan vi istället presentera en frågeställning baserat på vår förutbestämda premiss av begreppet misstro, för att sedan låta deltagarna i gruppen tolka och diskutera begreppet sinsemellan.

Vi kan förutom att få mer analyserande svar från deltagarna, också få utrymme för att analysera deras interaktioner och hur/om de påverkar varandra i sina svar.

Varför en fokusgrupp är bättre än att göra en observerande samtalsanalys är att medieförtroende är ett komplext ämne som inte diskuteras dagligdags i den kontext som vi i den här studien är ute efter. Wibeck (2010) understryker att fokusgrupper är bra för tillfällen då man som forskare vill komma åt information som annars skulle vara nästintill omöjlig att

få. Diskussioner i fikarummet eller rastutrymmen kan handla om förekomsten av att medier rapporterar "falska nyheter" men sällan en motivering till varför man tycker att det är så. Därför anser vi att fokusgrupper är den bästa metoden för vår studie.

Våra fokusgrupper kommer att anses vara semistrukturerade, då målgruppen ungdomar 16 till 19 år kan anses vara vana vid den typen av struktur i samband med normal lektionsundervisning. Den semistrukturerade funktionen kommer också att bidra till att vi inte styr samtalet lika mycket som vid en strukturerad fokusgrupp, vilket är önskvärt eftersom vi vill komma åt ungdomarnas egna reflektioner på begreppet misstro mot medier. Samtidigt kan vi ta tillbaka diskussionen om den skulle glida iväg åt något håll som inte hör till studiens syfte. Den som intervjuar kan också ha kontroll över att de intressanta frågeställningarna som studien grundar sig på kommer upp i diskussionen. Om inte detta sker spontant i gruppen, kan intervjuaren introducera dem till gruppen (Wibeck, 2010).

3.4 Material

För att genomföra metoden fokusgrupper kommer vi som tidigare nämnt att använda oss av målgruppen inom spannet för SOM institutets undersökning från 2017. Vi kommer att hålla oss i den yngre kategorin 16–19 åringar för att på så sätt begränsa oss till misstron för medier hos ungdomar som studerar på gymnasiet. Gymnasieungdomarna kommer från Västerås kommun, ett val vi baserade enbart på geografisk närhet och en form av bekvämlighetsurval.

Själva intervjumaterialet kommer vi i vår analys att ställa emot SOM institutets undersökning och annan tidigare forskning för att jämföra teorier kring misstro generellt. Det kommer inte innebära att vi kan göra en generalisering baserat på resultatet, men det gör det lättare att förstå och sätta resultatet i en kontext genom att göra en teoretisk jämförelse med tidigare kvantitativa undersökningar. Esaiasson m.fl. (2012) rekommenderar att man använder fokusgrupper i kombination med andra forskningsmetoder, utan att för den sakens skull samla in ytterligare material.

3.5 Tillvägagångssätt för urvalet

För att få fram målgruppen 16–19 åringar som misstror medier var vårt första steg, när vi plockade ut fokusgrupperna, att ta kontakt med gymnasieskolor. Detta gjorde vi för att det var en plats där de flesta 16–19 åringar befann sig större delen av dygnet. Vi tog oss till skolorna och lät eleverna inom åldersspannet göra en enkät där ett antal frågor kring medieförtroende besvarades. I enkäten presenterade vi ett antal traditionella medier och frågade hur högt förtroende eleverna hade för det aktuella mediet. Detta gjorde vi för att få en övergripande bild över hur många som själva ansåg att de har lågt förtroende för de traditionella medierna idag och om de över huvud taget konsumerar den typen av medier.

Nedan presenteras samtliga frågor som eleverna får besvara i enkäten.

Följande frågor besvarades med påståenden aldrig/mer sällan än en gång i månaden/en gång i månaden/varje vecka/dagligen:

Hur ofta tar du del av nyheter i SVT/Sveriges Radio som Rapport och Dagens Eko?

Hur ofta tar du del av nyheterna i TV4?

Hur ofta tar du del av nyheterna i morgontidning som DN, Svenska dagbladet eller VLT?

Hur ofta tar du del av nyheterna i kvällstidningar som Expressen och Aftonbladet?

Följande frågor besvarades med påståenden mycket litet förtroende/ganska lite förtroende/varken litet eller stort förtroende/ganska stort förtroende/mycket stort förtroende:

Vilket förtroende har du för nyheter i SVT/Sveriges Radio som Rapport och Dagens Eko?

Vilket förtroende har du för Nyheterna i TV4?

Vilket förtroende har du för morgontidningar som DN, Svenska Dagbladet, VLT?

Vilket förtroende har du för kvällstidningar som Expressen och Aftonbladet?

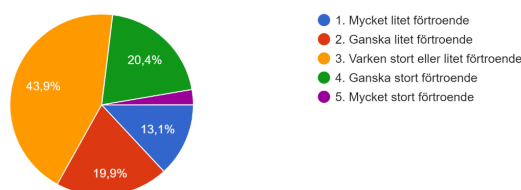
Därefter ställde vi frågan om frivilligt deltagande i en fokusgrupp på ämnet medier och förtroende där besvarande elev fick kryssa i ja eller nej som svar. Utifrån enkäten var ambitionen sedan att plocka ut ett urval där elever som har ett generellt lågt förtroende för traditionella medier skulle ingå i våra fokusgrupper.

3.5.1 Resultat från urvalsenkäten

De som angett ”Varken stort eller litet förtroende” är de som inte anser sig ha en åsikt, alternativt inte tar del av nyheterna. De övriga kategorierna visar på att SVT, SR, TV4-nyheterna och dagstidningarna som DN, SvD och VLT åtnjuter ett övervägande positivt förtroende hos gymnasieeleverna i Västerås. Kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen sticker däremot ut en tredjedel av de svarande har ganska, eller mycket litet förtroende. Av dessa är det 20 procent som har mycket litet förtroende.

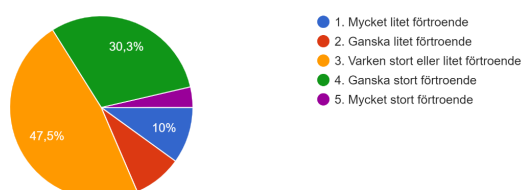
Vilket förtroende har du för kvällstidningar som Expressen och Aftonbladet?

221 svar



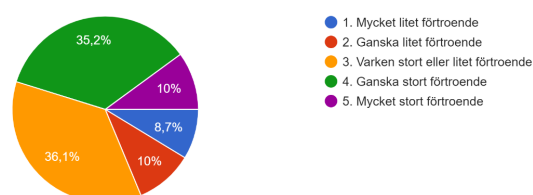
Vilket förtroende har du för nyheter i SVT/Sveriges Radio som Rapport och Dagens Eko?

221 svar



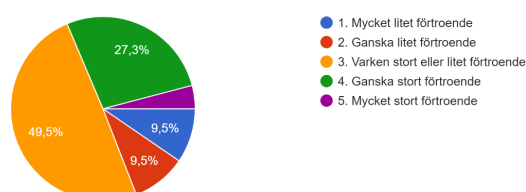
Vilket förtroende har du för Nyheterna i TV4?

219 svar



Vilket förtroende har du för morgontidningar som DN, Svenska Dagbladet, VLT?

220 svar



3.5.2 Urval fokusgrupp

Det viktigaste i en urvalsprocess för en fokusgrupp är att hela tiden tänka strategiskt och att principerna för urvalet måste relatera till syftet med studien. Urvalet ska också baseras på att samtliga deltagare i fokusgruppen ska ha minst en egenskap gemensamt (Esaiasson et al., 2012). Våra principer har i första hand grundat sig i att fokusgrupperna ska spegla det åldersspann som enligt SOM-undersökningen visat sig ha ett alltmer sjunkande förtroende för traditionella medier. En annan gemensam faktor är att de ska ha ett ganska lågt eller mycket lågt förtroende för traditionella medier. Vi har inte tagit hänsyn till variabler såsom kön eller könsuttryck, klass, etnicitet eller funktion hos de elever vi har kontaktat.

Förutom ålder har vi också gjort urvalet baserat på vilken linje ungdomarna går på gymnasiet (Nygren & Guath, 2019). Thomas Nygren och Mona Guath menar att elever på estetiska programmet visat sig ha ett högre källkritiskt tänkande än de som studerar på yrkesprogram, något vi ville undersöka vidare i våra fokusgrupper. Vår ambition i urvalet var därför att forma grupper baserat på elever från olika typer av gymnasielinjer.

En fokusgrupp bör bestå av minst fyra personer och maximalt sex personer för bästa möjliga gruppdynamik (Wibeck, 2010).

3.6 Styrkor och brister med valet av metod och material

Metoden att använda fokusgrupper har ett antal nackdelar som vi kommer att ta i beaktande när vi genomför dem och i vår slutgiltiga analys. Vi kan till exempel inte bortse från det faktum att våra resultat inte går att generalisera, men det är inte heller studiens syfte. Vi kommer att ha en för låg svarsfrekvens och dessutom enbart verklighetsbilder från ett specifikt antal utvalda deltagare från fokusgrupperna. Vi kommer på det materialet inte kunna göra några generaliserande beskrivningar av resultatet, däremot kommer vi kunna presentera en bild som kan användas som grund för framtida kvantitativa undersökningar.

Något som också kan komma att bli problematiskt med just våra fokusgrupper är att grupperna kommer att vara homogena i form av att alla deltagare kommer känna varandra sedan innan och befinna sig i samma fas i livet, det vill säga gymnasieungdom mellan 16 till 19 år. Att skapa homogena fokusgrupper är en fördel utifrån perspektivet att det blir lättare för gruppmedlemmarna att skapa förtroende sinsemellan då de redan känner varandra (Ekström & Johansson, 2019) däremot blir det en nackdel då diskussionen kanske utesluter för gruppen självklara sanningar och normer som vi som befinner oss utanför deras sociala interaktioner inte nödvändigtvis känner till (Wibeck, 2010).

Ett problem som vi redan i rekrytering fick känna på är om deltagarantalet blir lägre än förväntat. Personer som säger att de tänkt dyka upp till en fokusgrupp och som sedan inte gör det förändrar den planerade konstellationen av deltagare och tillika den sociala strukturen som intervjuaren har planerat (Ekström & Johansson, 2019). Detta problematiserar hela urvalet. Vi återkommer till detta längre ner.

3.7 Genomförande

Nedan beskriver vi hur studien genomfördes, från hur materialet samlades till hur det sedan bearbetades för att kunna analyseras.

3.7.1 Insamling av materialet

Syftet med utformandet av den inledande enkäten som samtliga elever fick göra, var att göra ett selekterat urval till de efterföljande fokusgruppsintervjuerna. När intresset däremot visade sig vara lågt för att frivilligt delta fick vi tänka om.

Vi ville ursprungligen selektera ungdomar som hyste en mediemisstro samt rekrytera respondenter från olika program på gymnasiet, den ena gruppen från estetiska programmet och den andra från yrkesprogrammet. Detta eftersom Nygren och Guath (2017) funnit att elever på det estetiska programmet presterat bättre när de testat ungas källkritiska förmåga. Båda dessa kriterier, program samt en uttalad misstro, behövde vi avstå från då intresset att delta var för lågt. Istället slumpades urvalet utifrån de som frivilligt ville delta.

Av de 221 gymnasieeleverna som svarade på enkäten ville endast 12 procent, motsvarande 26 personer delta i efterföljande fokusgruppsdiskussion. En viktig aspekt för att få ett gott samtal i grupperna är att deltagandet baseras på frivillighet (Wibeck, 2010).

Av de 26 deltagare som angivit datum då de kunde delta sorterades inledningsvis in i tre grupper med 4–6 deltagare i varje. De notifierades om att de valts ut att delta, när och var och hur genom mail och SMS-kontakt. När första gruppen skulle träffas dök dock ingen upp. Detta föranledde en diskussion med två lärare på NTI-gymnasiet, skolan där vi fått möjlighet att använda lokaler för fokusgruppernas genomförande. De erbjöd oss då att anordna fokusgrupperna på lektionstid efterföljande två dagar.

Planerna lades därför om och två av fokusgrupperna genomfördes dagtid inom ramen för elevernas lektionsundervisning i ämnet svenska.

Den sista fokusgruppen sammansattes däremot av deltagare som anmält sig genom enkäten och fokusgruppsintervjun ägde rum efter skoltid på deras fritid. Det resulterade i en variation i sammanhang och sammansättning mellan fokusgrupp ett och två jämfört med grupp nummer tre.

Grupperna träffades i anslutning till lektionstid och på skolområdet, enbart av bekvämlighetsskäl. Vi antog att den strategin var bra för att minska bortfallet från fokusgrupperna. Varje grupp sågs under en session om minst en och en halv till två timmar, eller tills dess vi kände att diskussionen hade gett bäring till studien. Vid varje session fick eleverna diskutera kring resonemang som vi förutbestämt och presenterat i samband med diskussionen. Vi ville åstadkomma så fritt och öppet diskussionsklimat som möjligt där vi i minsta möjliga mån styrde åt något håll, mer än att det som diskuterades skulle vara relevant i förhållande till förtroende för traditionella medier och varför man valt att misstro dessa. De resonemang vi presenterade har sin grund i våra frågeställningar för studien.

Efter genomförandet av fokusgrupperna kommer vi att transkribera och analysera materialet utifrån våra teoretiska ramverk. Vi kommer att försöka hitta samband och relationer mellan förklaringar till misstro från gruppdeltagarna och det som teoretiskt tidigare sagts kring förtroende. Vi hoppas med detta kunna stärka eller dementera vissa tidigare påstådda faktorer kring uppkomsten av misstro mot medier.

Totalt genomfördes tillslut tre fokusgrupper med deltagare i åldrarna 16–19 år. Första respektive andra fokusgruppen hade sex deltagare i varje och den tredje hade fem deltagare. I de första två grupperna kom samtliga elever från samma klass eftersom fokusgruppsintervjun genomfördes på lektionstid. Rekryteringen av eleverna skedde strax innan med hjälp av läraren och utifrån frivillighet. Den sista gruppen rekryterades efter att vi presenterat studien på deras skola och de frivilligt uppgav att de önskade delta i den enkäten vi utformat för att informera om studien. Två av deltagarna kom från NTI-gymnasiet vars lokaler vi vistades i, och tre deltagare från Kopplarlundsgymnasiet. De kände därför inte varandra sedan tidigare. Hur detta påverkar resultatet diskuteras vidare i kapitel 5.3 angående resultatets validitet och reliabilitet.

Varje fokusgrupp tog ungefär en timme att genomföra inklusive introduktion. Inför intervjuerna hade vi utformat en intervjuguide med introduktion och genomförande i form av påståenden och följdfrågor. Vi satte eleverna i en ring och de fick två servetter som skulle symbolisera JA, jag håller med, eller NEJ, jag håller inte med som svarsalternativ till olika påståenden vi ställde dem inför gällande nyhetsanvändning och förtroendefrågor. Påståendena var framförallt till för att få dem att börja fundera och analysera, det var de efterföljande svaren och analyserna vi i första hand ville komma åt i studiens syfte. Totalt ställdes nio påståenden till grupperna. De var följande:

1. *Det är viktigt att ta del av nyheterna*
2. *Jag använder hellre sociala medier än traditionella nyhetsmedier för att hålla mig uppdaterad.*
3. *Jag diskuterar nyheterna hemma med min familj.*
4. *Jag tittar hellre på tv nyheterna än läser tidningar på nätet.*
5. *Allt som sägs på tv och radio eller skrivs i nyheterna är sant.*
6. *Medier kan sprida falsk information.*
7. *Jag kan se skillnad på reklam och nyheter.*
8. *Jag ifrågasätter källan bakom nyheten.*
9. *Jag sprider nyheter vidare till andra.*

Kopplat till varje påstående ställde vi följdfrågorna från intervjuguiden, beroende på hur lätt det var för deltagarna att föra en diskussion. I vår ambition att föra semistrukturerade fokusgrupper försökte vi hålla oss i bakgrunden så mycket som möjligt som samtalsledare och låta deltagarna stå för analysen. Samtliga fokusgrupper spelades in med ljudupptagning.

3.7.1 Bearbetning av materialet

För att kunna skapa oss en överblick över det insamlade materialet från fokusgruppsintervjuerna transkriberades samtliga, radnumrerades och anonymiserades. Två olika ljudfiler fanns att tillgå per fokusgrupp ifall att en av inspelningarna skulle visa sig ha misslyckats med inspelningsapparaturen placerad på två olika platser i rummet. Pauseringar och samtidigt tal noterades och det som inte gick att uppfatta på någon av ljudinspelningarna transkriberades som OHB, ohörbart.

Därefter analyserades transkriberingarna utifrån de frågeställningar som vi ställt upp. De citat som berörde frågor som kunde kopplas till en mediemisstrors orsak (O) och konsekvens (K) markerades och kodades sedan utefter kartläggningsmetoden (Esaiasson et al., 2012).

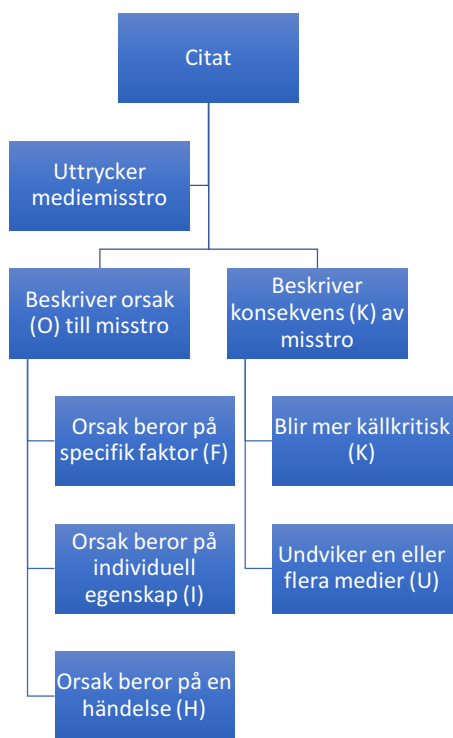
Då vi utifrån våra huvudfrågeställningar även haft följdfrågor kring om orsakerna grundar sig i en specifik faktor, en händelse eller i en individuell egenskap kodades citaten återigen in i underkategorier utifrån dessa. Faktor (F), individuell egenskap (I) och om misstron hade ursprung i en händelse (H). Individuell egenskap har vi valt att definiera som något inneboende hos individen, en kulturell påverkan. Citat som hänvisas till en händelse handlar på något sätt om när en medierapportering varit felaktig och hur det påverkat respondenterna.

Kategorin med specifika faktorer är bredare och tar upp de orsaker som vi inte definierat likt de andra på förhand.

Likaså har kategoriseringen genomförts för konsekvenserna en mediemisstro uppgavs få, om det uppgavs leda till ett källkritiskt förhållningssätt (K) alternativt ett undvikande eller ej (U).

Då våra respondenter inte alla hade uppgett en mediemisstro inledningsvis till studien finns det även citat i intervjuerna som uppger att det inte finns en misstro och det får i sin tur andra konsekvenser för beteendet gentemot medierapporteringen. Detta har vi valt att bortse från i kategoriseringen då vårt syfte primärt är att studera orsakerna och konsekvenserna för en mediemisstro.

Kodningen av citaten blev enligt det flödesschema som följer.



3.8 Metodens giltighet och tillförlitlighet

Vår studie har många begränsningar. Alltifrån urvalet, antalet respondenter och våra egna egenskaper som uppsatsförfattare kan påverka utfallet. Genom att göra studiens process så transparent som möjligt kan läsaren ta till sig av de delar av materialet som kan anses ha ett värde och bidra till vidare forskning på området.

Nedan presenterar vi de mest betydande faktorer i metoden som vi anser kan ha haft en påverkan på utfallet av studiens resultat.

Inom vetenskapen används begreppen validitet och reliabilitet för att bestämma äktheten i ett kvantitativt material. Inom kvalitativa undersökningar används istället begreppen giltighet och tillförlitlighet för att lyfta fram riktigheten med argumenten för studiens resultat. En kvalitativ intervju har en hög giltighet om den har med saken att göra, om den är relevant för studien. Med andra ord menat innebär en hög giltighet att de frågor vi ställer till våra respondenter också hjälper studiens syfte framåt. Är de tillräckliga för att empiriskt hänvisa till någon form av resultat? (Ekström & Johansson, 2019)

Vår studie bärs upp helt av fokusgrupperna. En potentiell felkälla som kan påverka giltigheten i vårt material har att göra med att respondenterna inte nödvändigtvis misstror själva, men ändå har uttalat sig om misstro utifrån sina egna reflektioner. Vår ambition från början var att undersöka just misstroende ungdomar och deras reflektioner över sin egen misstro, men med anledning av att vårt syfte med hela studien är att presentera och analysera ungdomarnas personliga reflektioner kring vad de har för förtroende för medier och vad en eventuell misstro kan bero på, så behöver urvalet inte nödvändigtvis räknas som en felkälla. Det kan diskuteras om vi hade fått annorlunda svar om vi enbart hade låtit misstroende ungdomar diskuteras, men det är också något vi tar med oss i analysen och förslag till vidare forskning.

Tillförlitlighet handlar om att intervjuerna i sig är korrekt utförda. Bakom korrektheten ligger faktorer som att respondenterna har svarat ärligt och ifall det förekommer några felkällor. (Ekström & Johansson, 2019). I vårt fall så förekommer det vissa felkällor i form av att vi till exempel helt enkelt inte vet om ungdomarna har varit hundra procent ärliga i sina svar till oss, även om vi i vår presentation av studien och dess syfte hänvisade till att vi önskade att de var ärliga. De kan ha påverkats av varandra i gruppkonstellationerna, av oss eller av något annat just den dagen som medförde att de inte svarat ärligt på våra frågor. Förutom det anser vi att undersökningen kan räknas som tillförlitlig då vi genomförde den i enlighet med vår intervjuguide, höll oss semistrukturerade och spelade in samtliga fokusgrupper som därefter transkriberades för att ingenting skulle missas i resultat och- analysdelen.

Ekström och Johansson (2019) menar att: “En undersökning med bara delvis relevanta uppgifter blir inte ett acceptabelt argument (empiriskt stöd) oavsett hur hög kvalitet som undersökningen har.” (s.13). Vi anser att vår undersökning har relevanta uppgifter för att undersöka ungdomars resonemang kring förtroendefrågan för att exemplifiera tendenser till och orsaker bakom eventuell misstro.

3.8.1 Urvalsprocessen av deltagare till fokusgrupperna

Som tidigare nämnt var vår första ambition att genom enkätundersökningen särskilja de misstroende från de som ändå har ett relativt högt förtroende för de traditionella medierna. Vi presenterade studien för sju olika klasser vid tre olika gymnasieskolor i Västerås, förutom NTI-gymnasiet, besöktes även Kopparlundsgymnasiet och Yrkesgymnasiet.

När det första upplägget med att särskilja de misstroende eleverna från de med högt förtroende inte gick att genomföra hela vägen, fick vi kompromissa i urvalet på ett sätt som

förändrar resultatbilden. Vi hade, med grundtanken om att enbart arbeta med misstroende ungdomar, säkerligen kunnat få ett ännu mer detaljerat och renodlat resultat kopplat till en stark övertygelse om att medier inte alls går att lita på. Nu fick vi ett varierande, mer nyanserat förhållningssätt som dels gav mer utrymme för analys, men som också inte drar upp några extremer i lågt medieförtroende bland respondenterna.

Tack vare att vi fick möjlighet att genomföra fokusgruppsintervjuer på lektionstid vid NTI-gymnasiet i Västerås kunde deltagare rekryteras direkt i klassrummet genom en presentation av studien med efterföljande handuppräkring bland de som ville delta. Läraren fick sedan välja ut sex elever som sedan intervjuades resterande del av lektionstiden.

Att nå ungdomarna genom gymnasieskolor skapade en slags gatekeeperfunktion i form av rektorer, lärare m.fl. som i viss mån hindrade oss i processen från att kommunicera med eleverna direkt. Vi fick anpassa oss till schemaläggning och enbart ta del av de klasser vars lärare själva var intresserade av studiens ämne och fann det relevant för eleverna att medverka i. Men med hänvisning till att detta är en kandidatuppsats hade vår tidsåtgång inte räckt till för att hitta ungdomarna på ett mer effektivt sätt. För framtida studier inom samma område kan man tänka sig att hitta fler sätt att nå ungdomarna på, exempelvis fritidsgårdar, idrottsaktiviteter m.m. där ungdomar rör sig när de inte är i skolan.

Tredje fokusgruppen var den enda med deltagare rekryterade från formuläret. Den gruppens sammansättning skiljde sig därför från de andra två i och med att de hade deltagare från två olika gymnasieskolor. Hur det i sin tur kan ha påverkat utfallet diskuteras vidare nedan.

3.8.2 Gruppdynamikens variation i fokusgrupperna

Dynamiken i fokusgrupp tre skiljde sig från den i fokusgrupp ett och två. En orsak till detta kan mycket väl vara det faktum att två deltagare, respektive tre andra kom från två olika gymnasieskolor. De kände därför inte varandra på förhand vilket var något som kunde skönjas i hur samtalet flöt mellan deltagarna jämfört med gruppen som möttes tidigare under dagen där de alla gick i samma klass och hade en relation sedan innan.

I fokusgrupp ett förekom det vid flera olika tillfällen dömande kommentarer, både riktade mot specifika personer i gruppen och generellt från en av deltagarna. De verkade däremot vara väl medvetna om denna deltagares beteende sedan innan. Det är svårt att bedöma hur dessa kommentarer eventuellt påpekade de andra deltagarnas vilja att yttra sig. Det kan mycket väl varit hämmande och lett till att någon som tänkt säga en åsikt valt att avstå för att slippa få en snabb hård kommentar tillbaka.

Exempel: ”Vem har en radio, det finns ingen som...”, ”Då är du fel, då får du gå.”, ”Snacka inte skit.”, ”Ta alla mot Sebbe.”, ”Alltså Thunberg ut, han är ju mister Thunberg. Jag har sagt det hela tiden.” Samtalsledaren avstyrde det hela vid ett tillfälle med att flika in en följdfråga.

I grupp tre fanns också deltagare som tenderade att tystna och inte uttala sig kring alla påståenden spontant. Det ledde till vissa riktade uppmaningar som ”ED, vad tycker du?” eller ”ED jag tror inte att du svarade på...”

Tonen på samtalet var också mer osäker i grupp tre. Svaren kom mer tvekande och vid ett tillfälle behövde samtalsledaren förtydliga att alla svar inte behövde riktas till henne, utan att det gick bra att svaret blev som en del i ett samtal. Det gled åt att bli en mer formell stil där samtalsledaren blev den som på ett sätt ”gav ordet”. Detta tydliggjordes genom att en deltagare frågade lite trevande vid ett tillfälle ”Får jag säga...?”

Efter förtydligandet flöt samtalet på lättare och pauserna blev inte lika uttalade. För att kontrastera denna gruppdynamik med fokusgrupp två så finns både fördelar och nackdelar. Här fanns risken att deltagarna inte skulle uppleva sig få chansen att säga vad de tyckte om ett påstående medan i grupp två blev det snarare en fråga om att vid vissa tillfällen frågå ämnet.

Vid ett tillfälle gled samtalet in på gemensamma minnen av när de behövde titta på Lilla Aktuellt som en del av en skoluppgift.

Stämningen var mer uppsluppen och avslappnad och vid flera tillfällen skrattade många till. Vid ett tillfälle märks det på samtalet att en deltagare gärna tar tillfället i akt att tillföra lite humor.

3.8.3 Vår egen konfirmationsbias

Fenomenet konfirmationsbias förekommer i flera olika sammanhang, även vid studier som denna måste man vara medveten om denna inneboende tendens för att kunna parera dess effekter. Förutom att våra respondenter tenderar att dras till nyheter som stämmer överens med deras egna tidigare uppfattning har vi som uppsatsförfattare samma risk att påverkas av en konfirmationsbias. Trots våra försök att inte påverka diskussionerna i fokusgrupperna går det inte att bortse från att vi från utformningen av intervjuguiden till analysen av transkriberingen kan tendera att tolka in de svar som vi tycker stämmer bäst överens med de hypoteser vi undermedvetet vill få bekräftade. För att undvika detta har båda vi gått igenom citaten enskilt och vi belyser även i kommande kapitel 4.2 samt 4.3 den kategorisering vi valt att göra med exempel på citat för att öka transparensen. Vi kan heller inte dra några generaliserande slutsatser men redovisar hur respondenterna i den här studien resonerat.

Vi anser ändå att fördelarna med fokusgruppen utifrån att få fram resonemang som är omöjliga i en kvantitativ studie väger över mot nackdelarna i metoden. Vi tror att vi genom att använda den här metoden kommer få fram relevant och användbar kunskap för framtida forskning på ämnet misstro.

4 Resultat och analys

4.1 Introduktion

För att systematisera det insamlade materialet har vi utgått från våra frågeställningar när vi presenterar resultatet från fokusgruppsintervjuerna. Under respektive rubrik kopplad till vilka orsaker respondenterna uppger till en misstro mot medier kategoriseras svaren utifrån de följdfrågor vi ställt upp i våra frågeställningar.

Vi tittar också på vilka konsekvenser en misstro får i deras interaktion och beteende gentemot nyhetsmedier. Dels om det resulterar i ett källkritiskt förhållningssätt alternativt ett undvikande av ett eller flera nyhetsmedier.

Ytterligare en konsekvens som inte kategoriserats utifrån våra ursprungliga frågeställningar visade sig bland respondenterna. Trots en misstro mot nyhetsmediet brydde de sig ändå inte om ifall nyheten var sann eller falsk, misstron resulterade varken i källkritik eller undvikande. Citat som kan kopplas till denna observation redovisas som en tredje konsekvens till mediemisstro bland deltagarna.

Avslutningsvis analyserar vi vårt resultat mot de teoretiska ramverk vi presenterat som utgångspunkter för vår studie.

4.2 Orsaker bakom en misstro mot medier

Intervjuguiden bestod av nio olika påståenden som uppmuntrade grupperna att diskutera sin upplevelse av nyhetsrapportering utifrån olika perspektiv. Här redovisar vi de diskussioner som framkom där respondenterna resonerar kring vilka orsaker som kan ligga bakom en misstro de själva eller andra i deras omgivning känner.

I studien vill vi undersöka hur respondenternas orsaker till misstro mot nyhetsmedier ser ut utifrån (a) specifika faktorer, (b) individuella egenskaper eller om (c) en specifik händelse ligger till grund för att utlösa misstron. Nedan följer de citat som efter transkribering och analys kopplas till dessa teman.

I nästa kapitel tar vi upp citat som anspelar på vilka konsekvenser mediemisstron får i ungdomarnas interaktion med media.

4.2.1 Specifika faktorer som orsak till misstro

I alla tre fokusgrupper höll samtliga deltagare med om att media kan sprida falsk information. I diskussionerna nämns flera orsaker som de tror ligger bakom uppkomsten av en falsk nyhet och varför det är motiverat att misstänkliggöra medierna för att sprida felaktig information.

Orsaksfaktorer som inte kategoriserades som en individuell egenskap eller som kunde härledas till en specifik händelse kategoriserades som specifik faktor. De faktorer som lyftes fram som orsaker till att misstro medier skulle kunna sammanfattas i åtta olika delar, (a-h):



Utifrån frågeställningarna och det resultat vi presenterar kan vi bekräfta att ungdomars misstro kan bero på specifika orsaker, vilka vi kategoriserat i åtta underkategorier. Vi hittar också individuella faktorer och misstro som påstås kopplas till händelser.

Media tenderar att överdriva och vinkla nyhetshändelser, respondenten har svårt att på egen hand bedöma om nyheten är falsk eller sann, det anses att alla människor kan fela och nyheter skapas av människor, misstro beror på vem som är avsändaren, det anses att medier styrs starkt av kommersiella krav och klicks framför sanning, medvetenhet om att medierna kan vara föremål för censur och propaganda från staten, att bara ett nyhetsmedium rapporterar om en händelse anses generera misstro jämfört om flera säger samma sak, snabba nyheter anses öka risken för felaktigheter.

I följande exempel lyfter respondenterna faktorer som berör att (a) media tenderar att överdriva och vinkla nyhetshändelser, både på politiska grunder och för att få uppmärksamhet, vilket skapar en skepticism.

”XX: Jag tycker att ibland är nyheterna överdrivna än de är. För att man ska titta på det.

YY: Försöker göra det mer intressant.

AA: Ja precis.”

***FI:** ”BB: Det är också så att media brukar vara lite åt något politiskt parti och vara lite partiskt.*

XX: Vinkla lite.

BB: Ja så det brukar vara så att de brukar spela deras parti bättre än de andra även på det lilla minsta sättet och det... ja... ”

F1: ” Jag vet inte de brukar överdriva ganska mycket och då kan man ju få en fel bild av vad som hände. ”

F3: ” Jag skulle säga att det finns ju så här från traditionella nyheter och företag som jobbar med det och den när man träffar personen som var inblandade i det, så säger den mer information som borde varit med. Så det är alltid lite annorlunda. Inte rätt. ”

En respondent gjorde en liknelse med hur verkligheten är en bild och att en nyhetsrapportering kommer alltid bara vara en del av hela bilden. En del av verkligheten förstärks, överdrivs paketeras och vinklas, men är sann.

F2:10 ”Alltså en sann nyhet kan ju vara en vinklad nyhet så länge den inte ljuger. Alltså du kan ju, ni kommer ihåg de där bilderna vi såg på samhällskunskapen. Man har cuttat av den ena bilden så att den ser sämre ut. Det är ju fortfarande sant för du får fortfarande se en bild. Du får inte se hela sanningen men det är fortfarande en sann nyhet men den är vinklad. Men om man skulle ljuga och säga typ att det var 10 som dog men det var 20 då är det en falsk nyhet. ”

Detta knyter an till en annan faktor vi ser nämnas av deltagarna, (b) att respondenten har svårt att på egen hand bedöma om nyheten är falsk eller sann. I fokusgrupp två och tre talar flera deltagare om hur nyhetsrapportering relaterar till vad som faktiskt skulle vara att anse som ”sanningen”. Diskussionen blir närmast filosofisk när den berör vad som är att anse som en sann nyhet. Trots att de ställer sig kritiska till vinklade och överdrivna nyheter, enligt ovan, så nämner de också att även en vinklad nyhet likväl kan vara sann.

F2:12 ”Sen har det att göra med var de har fått informationen ifrån också. Om det står att ja men alltså det var den var där vid händelsen. Den kan ju fortfarande ha överdrivit det beroende på vad som hände. Den har ju nån form av sanningsfaktor om den inte blåljuger rakt av men... ”

F2:10: ”Men sen tänker jag att det bara är för att informera. Inte bara för att få de som läser eller tittar att välja sida. Den ska bara vara liksom helt neutral och informera inte vinklad så att den ska få dig att tänka si eller tänka så. Det är en sann nyhet för mig. ”

En annan respondent reflekterade kring det faktumet att man som nyhetskonsument inte har resurserna att själv granska och veta vad som är sant och att det gör en mer sårbar för hårt vinklade nyheter.

F2:10 ” Grejen är ju att man inte vet vad som är sant. Hur ska jag veta om de har vinklat den eller inte. ”

I fokusgrupp tre menar en respondent att nyheter på sociala medier trots allt genererar mer misstro än de från traditionella nyhetsmedier, däremot kvarstår en misstro då det fortfarande reserveras för att även de kan ha fel. Misstron ligger i att bedöma om det är fake news eller ej.

F3:4 *“Jo men traditionella nyhetsmedier bygger ofta på att källhänvisa så det är inte ofta det är fake news. Det kan vara det, de är inte heller perfekta, men man kan i alla fall lita mer på dem än tusen personer på Youtube.”*

Liksom citatet ovan också kan smälta in i nästa faktor (c) där det anses att alla människor kan fela och nyheter skapas av människor.

F3:6 *“Ja alltså människor är inte perfekta. Antingen att man har råkat göra fel, eller man har lurats. Man måste ta allt med lite salt. Det kan vara ett trovärdigt företag när det är media eller vad som helst, men man kan aldrig vara för säker.”*

En annan respondent lyfter en reflektion kring människans natur och denialism kopplat till de som producerar nyhetsrapporteringar.

F3:6 *“Alltså alla människor på jorden lutar sig åt ett visst håll, oavsett om de medvetet gör det eller ej. Det är mänsklig natur att föredra en sak över en annan. Så alla källor oavsett hur icke-partisk den är visar i alla fall en liten bit av bilden. För ett tag sen gjorde vi en uppgift på det här som heter denialism. Det är när folk som förtränger andra åsikter gör om och får oss att tro att deras syn är den enda och att se ner på de som inte tycker samma sak. De gör det utifrån en känsla av att göra det rätta. Att de utbildar andra i det som är rätt. Det här är väldigt extrema fall men alla lutar sig mot en viss riktning och extrema fall finns fortfarande, även i media.”*

Förutom att människor som sådana kan fela och står bakom alla typer av nyhetsrapporteringar uppges ändå vem som är avsändare vara en faktor som påverkar mediemisstron, (d) misstro beror på vem som är avsändaren.

Dels nämns sociala medier som en källa som inte går att lita på i kontrast till de traditionella nyhetsmedierna.

F1:4 *” Men alltså de är ju jättoprofessionella nyheter som ser jätte riktiga ut (..) men de är helt bullshit om man ens vet någonting (..) Man kan ju skriva vadsomhelst (..) Det är det största problemet på sociala medier”*

Som ett tidigare citat också pekade på finns en större misstro mot tusen personer på Youtube än mot traditionella nyhetsmedier. Här finns det däremot också en särskiljning där respondenter pekar på de traditionella nyhetsmedier som lyder under staten och skyldigheten att följa public service uppdragsbeskrivning.

F2:9 *” Och då är det ju oftast public service och där måste de ju försöka ha en neutral, det är mer krav att de är neutrala på ett annat sätt.”*

F2:13 "Det är så jag känner också det beror mycket på vilken sida. Om man hör att källan är liksom SCB, då kommer jag inte gå och kolla upp det, är källan trovärdig. men sen beror det på också vem, alltså typ SVT nyheter, deras grejer brukar jag inte sitta och söka och ba, nej det här är säkert falskt. Så det beror ju mer på, vilken källa och vem som har använt sig av nyheten."

Till skillnad från medier som public service omnämns de medier som styrs av marknadens krav på vinst och därför också är beroende av klicks, faktor (e) det anses att medier styrs starkt av kommersiella krav framför sanning. Det påpekas öka misstron gentemot att de också lever upp till att rapportera det som är trovärdigt. (I mittencitatet syftar respondentens "det" på sanningen.)

F2:11 "XX: Så är det ju jag tänker framförallt i USA är det ju många nyhetsföretag som är vinstberoende, de är ju inte statliga på något sätt så de är ju beroende av att folk fortsätter att kolla på deras nyheter. För att få inkomster och fortsätta tjäna pengar."

YY: "Det kanske inte är det som är högst prioriterat."

XX: "Nej, det är vad kommer folk titta på mest."

I alla fokusgrupper kommer man vid något tillfälle in på att jämföra med andra länder där medielandskapet kan se annorlunda ut. Som ovan med USA men även diskussion om statlig censur och propaganda tas upp som en faktor (f) som globalt förekommer, som orsak till misstro.

F2:11 "Sen i länder som är diktaturer eller har väldigt hård suppression från government som typ kina och Nordkorea får ju inte ens lägga ut vad de vill och då måste de ljuga lite, ja men aah det här är ett så fint land hehe."

En annan faktor som återkommer som betydelsefull om man ska ha orsak att misstro en nyhetsrapportering eller ej är om nyheten återfinns på mer än ett ställe, faktor (g) att bara ett nyhetsmedium rapporterar om en händelse anses generera misstro jämfört om flera säger samma sak.

F1:10 "Xx: Ja jag vet inte men om det inte tas upp någon annan stans så kanske det inte stämmer (..) man bara ser det på ett ställe."

Xx: "Det är inte generell information."

YY: "Och om den typ dök upp från ingenstans (..) så om den inte har någon typ källa direkt bakom den då vet man såhär ja man kanske kan inte lita på den såhär hundra procent."

En del av citatet ovan kan också gå in i sista faktorn, (h) att snabba nyheter anses öka risken för felaktigheter och därför innebära ett större ifrågasättande av informationens trovärdighet.

F1: "Sen tror jag att de är bra på att så här innan de får reda på all information så skriver dem och sen så dagen efter skriver de en ny men så handlar de om nåt annat så där tror jag de är lite snabba i medierna på att skriva vad som händer när man inte vet exakt allting så då kan det komma ut fel egentligen."

4.2.2 Individuella orsaker bakom misstro

Här lyfter vi de citat som talar om hur individuella egenskaper kan ligga till grund för en mediemisstro. Några respondenter talar om hur deras familj och kultur påverkat deras förhållningssätt och andra om hur det ligger i deras natur att ställa sig skeptisk till den information som sprids.

F1 " Jag litar inte på nån."

F3:9 "Jag kan säga att det ligger i min natur att ifrågasätta allting. Så det är inklusive nyheter."

En annan deltagare går in på hur en individs trosuppfattning och världsbild påverkar hur de ställer sig till den information som medier sedan sprider.

F3:6 "Jag skulle säga att det beror på nyheten. Snackar vi om någonting som kanske en skjutning, om det är sant eller inte så innebär det att man har väckt den man har bevis på att det har hänt. Men om det är något religiöst till exempel och du skulle säga att något inte existerar, det skulle vara falskt för de som är troende och sant för de som är icke-troende. Men det är fortfarande en debatt. Så jag skulle säga att det beror på individen. Vad den personen skulle säga är sant eller falskt."

Vid flera tillfällen reflekterar deltagarna kring hur andra människor i deras omgivning tenderar att misstro det som inte stämmer överens med den egna uppfattningen. Förutom religion som ovan tas även politisk uppfattning upp.

F2:14 XX: "Man hör väl vad man vill höra."

YY: "Ja det är exakt det."

XX: "Och sen är det liksom vem man är som person och vart man står i just det ämnet."

YY: "Ja typ vilken ideologi du tror på, jag håller med alltså såhär, vi säger att SD har gjort så här då tycker den personen om det och kollar inte ens om det är rätt, men sen så kommer nån på nyheterna och säger att SD har gjort så här dåligt i den här staden, då bli det liksom men nej det här är fel jag ska kolla på källorna."

De är även öppna med att de själva reagerar på samma sätt, både att de kan känna ett ogillande mot nyheter de inte håller med om men också att om de tycker om nyheten så leder det till att något man annars skulle granskat hårdare tillåts passera.

F1:9 " Även om det är nyheter som säger emot ens personliga åsikter då brukar man ju inte tycka om dem automatiskt (..) det har jag också känt."

F2:15 "Ja så om man håller med källan då är det lättare att man inte kollar upp. Eller om man håller med nyheten."

En respondent erkänner till och med att trots om en nyhet som gillas visar sig vara falsk kan det leda till att den ändå delas och skickas till vänner.

F1: Ja det har ju hänt mig några gånger att jag har skickat någonting så har det varit fel men sen så har jag låtsas att det varit sant för att det passar perfekt med min personal opinion.

Samtalen kommer också in på hur de förhåller sig till medier inom familjen och hur det i sin tur påverkar respektive deltagares mediemisstro. Några respondenter berättar om hur deras familjemedlemmars erfarenheter av mediers betydelse återspeglas i hur det talas om nyheter i hemmet och hur de uppmuntras att interagera med medier.

F1:6 ”Mina föräldrar är väldigt politiska av sig på grund av deras bakgrund och såhär allt som pågick i Chile (..) för de är från Chile och de var tvungna att fly (..) så de är väldigt mycket såhär vi borde titta på nyheterna vad som pågår och de tycker om att kunna veta vad som händer i typ hemlandet och vad som pågår här på grund av att de vet hur de kan vara om man inte har tillräckligt mycket information eller om såhär nånting går fel så kan det gå väldigt fel så min familj är väldigt såhär nyheter är viktiga på grund av att annars så finns det chans att dåliga saker händer.”

Respondenten har alltså fått med sig hemifrån att det är viktigt att veta vad som händer då omvärldshändelser kan få närgångna konsekvenser. En annan talar om hur familjen vänder sig till egna källor istället för nyhetsmedier för information och att det gör det mer tillförlitligt.

F2: ”Släkträffar brukar bli ganska heta. För jag är en som läst källkritik så har jag en farbror som knappt ens har gått i skolan och ja men såhär är det, men nej. Men de har erfarenhet, så de har också direkt från folket som hört. Om det är nått ämne om typ deras huvudstad så har de ju fått informationen från någon som lever redan där. Då känns det så här lite mer trovärdigt.”

4.2.3 En händelse eller tidpunkt som orsakade misstro

Ingen respondent tar upp något konkret exempel på en nyhet som senare visat sig inte stämma och därför orsakat en misstro mot nyhetsmediet. Däremot förekommer hänvisningar till en nyhetsförmedlars historia som betydelsefull vid bedömningen av dess trovärdighet.

F3:7 “Om jag får tillägga. Om man vet att en källa har varit inte helt (..) vad är det för ord jag letar efter (...) trovärdig förut så är man lite mer källkritisk till allt annat de säger.”

Resonemanget utvecklas i fokusgrupp två och tre där både en förlåtande attityd framförs, men även motsatsen. Hur media väljer att hantera ett snedsteg från att vara trovärdiga verkar ha betydelse.

F3:7 ” Det kan bero på. Om det är såhär ett företag som eller en specifik person i ett företag som spridit något faktiskt så kan det vara att den personen inte jobbar där längre och de bett om förlåtelse så kan det kännas som att de är mer trovärdiga nu än vad de var förut.”

Hur frekvent fel förekommer och uppdagas tas också upp. En händelse kan vara förlåtlig men flera återkommande uppges orsaka en misstro att öka.

F2:12 *“Om ett medium spridit falsk information, fortsätter ni att konsumera det då?”*

XX: “Det beror lite på hur de hanterar det.”

YY: “Ja exakt.”

XX: “Ja alla kan ju göra misstag, men sen om de då väljer att erkänna då att de har gjort fel och kanske göra något åt det så kan man ju ge de en andra chans.”

YY: “Alltså typ om de förklarar varför det blev fel.”

XX: “Sen om det händer flera gånger då kanske det är dags att byta.”

ZZ: “Ja då slutar man ju tro på de tillslut.”

4.3 Konsekvenser av en misstro mot nyhetsmedier

Här redovisar vi de konsekvenser en mediemisstro uppges få hos respondenterna. Inledningsvis tar vi upp hur misstron genererar ett mer källkritiskt förhållningssätt. Ungdomarna diskuterar också på vilket sätt de agerar mer källkritiskt. Några uppger att mediemisstron får ett undvikande som konsekvens. Dessa kategoriseringar gjordes som sagt ursprungligen utifrån frågeställningarna där ett källkritiskt förhållningssätt uttrycks av flera respondenter som en konsekvens av misstro. Undvikande tas också upp som ett alternativ av vissa deltagare.

Utöver dessa tas även en tredje konsekvens upp då ungdomarna trots en misstro varken undviker eller blir mer källkritiska, utan fortsätter konsumera nyheterna.

4.3.1 Källkritiskt förhållningssätt

En konsekvens när respondenterna känner en misstro mot ett nyhetsmedium är att det får konsekvensen att de blir mer källkritiska. I fokusgrupp tre tar de upp en återkommande metodik kring att kontrollera nyhetsrapporteringens riktighet genom att bland annat stämma av med flera källor.

F3:7 *XX: “Man får väl vara lite källkritisk, kolla flera källor, hitta mer information.”*

YY: “Man kollar flera källor, vad som inte stämmer med andra källor om de inte säger samma sak. Eventuellt hittar man några jämlika saker som alla inte håller med om.”

ZZ: “Man jämför artiklar också. Så att om jag läser om ett botemedel som kan bota cancer, tre artiklar om det och tre som helt går emot de andra. Då kan man se att det är något som inte stämmer.”

Liksom en faktor som orsakade misstro var att ett nyhetsmedium var ensamt om att rapportera om en händelse används det även som ett verktyg för att inför sig själva bedöma hur trovärdig en rapportering kan vara. Förekommer det på flera oberoende nyhetsplatser minskar misstron.

F3:9 ”Om jag inte känner att det är viktigt för mig eller världen. Då tänker jag inte på det så mycket men om det är något som är viktigt som jag bryr mig om då tänker jag på vad källan är, om jag känner att den är pålitlig eller ej och kollar andra ställen. Om andra säger samma sak.”

Att nyhetens innehåll har betydelse för om respondenten ska agera källkritiskt återkommer vi till. Temat att kontrollera flera olika oberoende källor dyker upp på flera ställen. Förutom att kontrollera andra nyhetsmediers rapportering uppger ungdomarna att de också vänder sig till sina vänner genom att dela nyheten i syfte att diskutera sanningshalten.

F2:16 “Jag tror det har mycket med allmänt intresse att göra. Om det är något du tycker är väldigt intressant och du vill ha någon att diskutera med så kan du ju fråga om du har hört om den här nyheten. Samtidigt så får de själva sin syn på det hela.”

Kommentarsfälten under en nyhet i olika typer av forum är också en källa till information som påverkar hur respondenterna ställer sig till nyheten.

F3:5 “Ja alltså många av artiklarna på reddit brukar vara, titlarna brukar vara väldigt alltså falska. Mer lurar bara in en i artikeln. Men fördelarna är att kommentarerna brukar vara fulla med kritik mot artikeln. så jag tycker ändå att det är mest trovärdigt. När det i alla fall finns folk i kommentarerna som i alla fall inte tror på det.”

Ju fler som är ifrågasättande desto mer misstros alltså artikeln. Källkritiken handlar genomgående att vända sig till andra, både i form av medier, vänner och andra anonyma konsumenter av nyheten som kommenterar online.

En deltagare diskuterar också att det upplevs som viktigt att kunna granska andra och förstahandskällorna till en nyhet.

F3: “Alltså alla nyhetskällor vill vara mest trovärdiga, för de som är mest trovärdiga de får flest tittare. Det betyder att de på internet måste källhänvisa till något som kan hittas. Det betyder att när jag läser online då kan jag alltid hitta källhänvisningar och från de kan jag hitta fler. Jag kan hitta första eller andrahandskällor som brukar vara de mest pålitliga så just utifrån källhänvisningen och vilka som är mest trovärdiga så hittar jag mer information om det på nätet än om jag skulle kolla på TV.”

4.3.2 Undvikande som konsekvens

En mediemisstro som leder till ett undvikande var inte det vanligaste förekommande bland våra respondenter. Däremot förekom det passager i diskussionerna där undvikande togs upp som en inte otrolig konsekvens efter ett klandervärt agerande av ett nyhetsmedium.

F3:10 “Det beror också på vad det var för nyhet. Om det inte var något stort utan de ville bara ha uppmärksamhet då bryr jag mig inte så mycket. men om det är så att någonting stort hänt och vi kommer alla bli drabbade men det var falskt ja men då är det liksom ni förtjänar inte att ta plats.”

Nivån på de konsekvenser som en falsk nyhet får för respondenten avgör alltså hur pass allvarlig förtroendeskadan blir. Andra deltagare nämner att ett undvikande kan bli aktuellt om det är flera fel som är återkommande.

F2:12 ”XX: *”Sen om det händer flera gånger då kanske det är dags att byta.*

ZZ: ”Ja då slutar man ju tro på de tillslut.”

Något annat som dyker upp i sammanhanget är varför misstaget och felet gjordes, det visar sig ha betydelse för hur de sedan ställer sig till andra nyheter som rapporteras från nyhetsmediet. För andra blir det ett dilemma.

F2:15 *”Ja hur påverkas ni om ni får veta att en nyhet faktiskt är falsk?”*

XX: ”Man börjar hata den sidan.” (...)

XX: ”Alltså om de gjorde en gång med flit alltså man har ju tappat så här tron på dem. Det är ju lite svårt att få tillbaka tron till den personen eller sidan skulle jag säga.”

F3: *XX: ”Nej men jag håller med, så länge det bara var en person. Och att företaget som publicerade typ tog ner den eller i alla fall något för att be om ursäkt. Men man får också tänka att i en artikel så borde företaget checka den. Det blir lite av ett dilemma.”*

YY: ”Det känns som att man kan ge de en andra chans men man är lite försiktig.”

4.3.3 Konsumtion av medier trots misstro

Utifrån frågeställningarna ställdes undvikande och källkritik som konsekvenser till en misstro. En annan konsekvens som framkom bland respondenterna var att trots en misstro mot nyhetsmediet brydde de sig ändå inte om ifall nyheten var sann eller falsk. De konsumerade de gärna ändå. Citat som kan kopplas till denna observation redovisas här.

Att inte bry sig om något var sant eller falskt, till skillnad från att reagera med ett källkritiskt förhållningssätt eller undvikande visade sig vara beroende av vilken typ av nyhet det handlade om. Även i förlängningen vilken betydelse rapporteringen hade i deras egna liv.

Flera respondenter menar att olika delar av en nyhetsrapportering kan vara viktigare än andra att ställa sig skeptisk till än andra. Här gör de skillnad på själva händelsen i sig och detaljerna runtomkring. Eftersom felaktiga detaljer inte påverkar deras tillvaro nämnvärt spelar det mindre roll, jämfört med om själva händelsen som rapporterades är felaktig. Det ser de mer allvarligt på.

F1:13 *Xx: ”Oftast så bryr jag mig inte (..) alltså så länge jag inte bryr mig jättemycket så kollar jag inte upp det flera gånger och vissa gånger är jag bara lat.”*

Xx: ”Enda gången jag kollar upp är om det är ett mord (..) det är det enda jag kollar upp på flera källor.”

Xx: ”Om det är något allvarligt.”

Nyheter som handlar om kändisar och underhållning anses heller inte vara värda att granska eller ställa sig skeptisk till. Inte för att sannolikheten att rapporteringen är falsk skulle vara

mindre, utan för att en felaktighet i en sådan rapportering inte spelar någon roll. Flera använder här uttryck som att inte bry sig.

F3:11 ”Alltså går och undersöker det skulle jag inte gå och göra i liksom tre dagar, men jag kan undersöka en extra källa om det är något stort. Men om det är en liten grej om att en karaktär i en serie kommer att bli den onda, det gör inget om det är falsk information.”

F2:13 ”(..) Jag läser för skojs skull och sen kommer jag inte ha något att göra med det efter det.”

4.4 Analys utifrån teoretiskt ramverk

Nedan analyserar vi respondenternas svar utifrån de teoretiska ramverk som ligger till grund för studien. Vi lyfter varje teori för sig och presenterar citat som vi anser exemplifierar teorin och avslutningsvis hur de kan samspela.

4.4.1 Institutionellt förtroende

Som tidigare beskrivet i teoriavsnittet föreslår Hanitzsch et al. (2018) att man kan titta på medieförtroende som man ser på förtroende för institutioner. Ett institutionellt förtroende bygger på erfarenheter vilket betyder att om en respondent haft erfarenheter av att nyhetsmedia gjort felaktiga rapporteringar orsakar det en misstro. Sämre prestation ger sämre förtroende mot medier, liksom gentemot institutioner som teorins institutionella perspektiv föreslår (Hanitzsch et al., 2018).

Här kan vi se en koppling till teorin när de i intervjuerna berättar om hur de ställer sig till media efter att ett misstag har begåtts. En händelse kan enligt respondenterna både förlåtas, orsaka hat och beroende på hur nyhetsmediet väljer att hantera misstaget även resultera i ett större förtroende än innan. De säger även att felaktigheter inte leder till att de undviker mediet men de blir mer källkritiska gentemot det.

Teorin kring institutionellt förtroende utgår också från det kulturella perspektivet där förtroendet ses som något man fått med sig från sin kultur och familj. Tidigare forskning har bekräftat denna teori med att människor har haft förtroende för medier i högre utsträckning om de har generellt högre förtroende för andra människor (Hanitzsch et al., 2018).

Detta finner vi viss förankring i när vi analyserar fokusgruppernas svar. Hur respondenternas familj resonerar kring nyhetsrapportering uppges påverka deras syn på deras betydelse och roll i samhället. En respondent tar upp hur hennes föräldrar fick fly från Chile och hur deras erfarenheter från den krisen har gjort att hon fått med sig deras perspektiv på vikten av att veta vad som pågår i ett land då det i förlängningen kan få stora konsekvenser i det egna livet.

4.4.2 Dunning Kruger effekten

Inledningsvis ställde vi oss frågan om en orsak till en mediemisstro kan bero på en bakomliggande osäkerhet på sin egen förmåga att bedöma informationens riktighet. Dunning Kruger effekten anspelar på människans tendens att inte inse sin egen oförmåga utan istället överskatta den (Dunning et al., 2003). Studier har visat att en insikt om sin egen oförmåga är fördelaktigt för att i förlängningen ha ett källkritiskt förhållningssätt till den information man tar till sig (Nygren & Guath, 2019)

Påståenden bland fokusgruppsdeltagarna där man kan skönja en viss självsäkerhet och eventuell övertro på att kunna bedöma material bättre än andra i deras omgivning förekom. Detta i motsats till de som istället reflekterar kring både sin egen och andras begränsade möjligheter till att faktiskt veta vad som är sant och inte. De utvecklar även sina resonemang med metoder för att källkritiskt granska material för att kunna göra en bedömning i ett senare skede. Några talar till och med om medias oförmåga att helt kunna skildra och spegla en absolut sanning av händelser och en verklighet i stort.

Ett källkritiskt förhållningssätt innebär att man med olika metoder utreder en källa till information. Det förutsätter att personen i fråga erkänner att den egna tolkningen av informationen kan vara felaktig men också att det inte får att lita blint på nyheten.

När deltagarna pratar om hur och om de kan se skillnad på sant och falskt diskuterar de också hur människor i deras omgivning resonerar. Där tycks de ha lättare att påstå att närstående gör felbedömningar, har svårt att skilja fakta från fake news och att de inte ifrågasätter konspirationsteorier.

“Nej men jag skulle säga för att hela min familj tror på att 9/11 var ett inside job. Mi syster är en anti (OHB) Många i min familj är conspiracy theory nutjobs. Nej men så att jag vet inte. De har svårt att skilja fakta från fake news.”

“Man skulle ju vilja säga att man är smartare än andra men oftast vet man ju inte det.”

De erkänner att de känner en dragning till att påstå att de vet bättre än andra vad som går att lita på och inte, men att det sällan är så det är. I första fokusgruppen var deltagarna i varierande grad självkritiska.

” Skulle ni säga att ni är bättre än andra kompisar att se skillnad?

YY: Japp jag är väldigt mycket bättre än mina kompisar.

ZZ: Nej.

YX: Jag har inte jämfört med en kompis så jag har ingen aning.

XZ: Jag har inga kompisar som kollar på nyheter.

YZ: Det är svårt att veta vad kompisarna gör och vad de tänker på (..) nej det är svårt att tänka jag är bättre än min kompis.”

4.4.3 Uses and gratifications teorin

En teori som kan appliceras när vi analyserar vad som driver ungdomarna i sitt val av innehåll för sin dagliga mediekonsumtion är uses and gratifications teorin. (Fisher, 2016).

Den föreslår att ur ett förtroendeperspektiv ger mer förtroende också högre grad av användning och vice versa. Andra faktorer förutom förtroende för innehållet driver också användningen, bland annat har människans olika sociala och psykologiska behov studerats inom ramen för teorin (Balnaves, 2009).

I vår studie framkommer det hos några respondenter att de har ett större förtroende för bland annat public service eftersom de är medvetna om deras uppdrag att vara opartiska. De anger också att användningen av public service utifrån ett högre förtroende i sin tur ger fördelar som att slippa ha ett källkritiskt förhållningssätt. Detta är ”lönsamt” eftersom det besparar tid och kraft att okritiskt ta in det som sägs och lita på att någon annan gjort granskningen korrekt.

Trots en misstro och skepticism slutar de flesta av respondenterna ändå inte att använda sig av nyhetsmedier, de uppger istället att de blir mer källkritiska. Det framkommer också tydligt att de är medvetna om att media vinklar och överdriver, ett samtalsämne som det anspelas på i alla tre fokusgrupperna. Det diskuteras också om huruvida det faktiskt har betydelse att någon detalj kring en händelse är felaktig bara händelsen i sig har inträffat. Det betyder att medierapporteringen tjänar sitt syfte för den respondenten genom att ha informerat om att något har hänt, sen hur det hände är inte lika viktigt.

Uses and gratifications teorin kan i och med detta också appliceras på vårt resultat utifrån vad ungdomarna faktiskt är ute efter när de konsumerar nyheterna. En sann nyhetsrapportering förlorar sin betydelse när det ungdomarna söker efter är att bli roade. Flera svarar att det förutom när det kommer till viktiga händelser inte bryr sig om det är sant eller ej. Det primära behovet de vill fylla är att bli underhållna inte informerade med trovärdiga nyheter. Nyhetens innehåll och betydelse upplevs inte tappa sitt värde bara för att det finns en risk att det inte är sant.

Trots detta lyfter alla fokusgrupperna som tidigare nämnt en kritik mot att media vinklar och överdriver nyhetshändelser, alltså de som de anser ha en betydelse om de är sanna eller ej. Något som i sig styrs av nyhetsvärdering och det som kallas medielogik (Asp, 2014). Användarna fyller sina behov av nyheter, medan medierna anpassar sig efter de marknadskrafter och samhället i stort för att möta de behoven. Några ord om medielogik är därför värda att nämnas i sammanhanget, då resultatet av det är något som ungdomarna å ena sidan dras till för att bli underhållna. Å andra sidan uppger det att en vinklad dramaturgiskt tillrättalagd nyhet är en anledning till att vara mer källkritisk och därmed ökar misstron.

Medielogiken blir för ungdomarna ett tvåeggat svärd, något de vill ha när de inte tycker att informationens vinkling kan skada dem, och något som också riskerar att motverka det som de anser vara trovärdig information.

4.4.4 Konfirmationsbias

Människan vill till sin natur inte erkänna sina fel. Det är det som teorin konfirmationsbias handlar om, när omvärlden och information tolkas till fördel för den egna redan etablerade verklighetsbilden (Flynn et al., 2017; Strömbäck & Johansson, 2017).

Detta var något som några respondenter var väl medvetna om att både de själva och andra gärna ägnade sig åt. De uppgav att nyheter som stämmer väl överens med den egna åsikten sällan ifrågasattes, den accepterades istället per automatik. En respondent uppgav till och med att hen kunde ta del av en nyhet hen egentligen misstänkte inte var korrekt, men eftersom den stämde exakt överens med hens personliga syn så valde hen istället att dela och argumentera för att den var sann.

”Ja, det har ju hänt mig några gånger att jag har skickat någonting och så har det varit fel. Men sen så har jag låtsas att det varit sant för att det passar perfekt med min personal opinion.”

En misstro mot nyhetsrapporteringen behöver alltså enligt teorin kring konfirmationsbias leda till att nyhetsmediet inte blir använt, utan beror än en gång på andra faktorer som till exempel hur individen som konsumerar nyheten ställer sig till budskapet (Taber & Lodge, 2006) (Nickerson, 1998). Att hålla med budskapet gör att garden sänks och konsumenten blir mindre benägen att agera på en misstro, som att bli mer källkritisk.

”Ja så om man håller med källan då är det lättare att man inte kollar upp. Eller om man håller med nyheten.”

4.4.5 Sammanfattning

Vi kan efter vår studie konstatera att det finns en bakomliggande misstro hos de ungdomar som vi har intervjuat, trots att de själva inte hade möjlighet att på förhand uttrycka en misstro i vår första enkät. När ungdomarna ombads ta ställning till de olika påståendena från intervjuguiden höll majoriteten med om att traditionella medier kan sprida falsk information samt att allt som sägs på nyheterna inte är sant. De gav därigenom uttryck för en misstro under genomförandet av fokusgruppsintervjuerna.

Orsakerna till varför ungdomarna misstror kan vi utifrån resultatet se bero på ett antal faktorer som vi har kategoriserat för att tydligare se dem i mönster. Vi har sammanfattat detta i figuren nedan.

Framförallt betonar de ungdomar som vi har träffat vikten av källkritik mot medierna, något som vi valt att kalla för en hälsosam skepticism. Deras källkritik är ofta genomgående, till viss del så undersöker de även ursprungskällan om möjligt eller får nyheten bekräftad på annat håll. Det som är intressant är att trots att ungdomarna i viss mån misstänkliggör och inte litar på medier, så konsumerar de ändå nyhetsmedier för att få fram information. Det som är viktigt och påverkar ungdomarnas liv bryr de sig om ifall det är sant eller inte.

Den upplevda misstron mot medier kan vi också se som ett resultat på erfarenheter av att medierna vinklar och överdriver informationen som ungdomarna är ute efter. De anser att det finns en överhängande risk att medierna har en bakomliggande agenda med sin nyhetsrapportering.

Konsekvenserna av ungdomarnas misstro förgrenar sig beroende på om respondenten känner sig trygg i ett källkritiskt förhållningssätt eller väljer att undvika nyhetsmedier. Ungdomarna som är källkritiska är också medvetna om hur man bedriver källkritik, men i deras svar på våra frågor förekommer också en känsla av oförmåga att veta om en nyhet är sann eller falsk. Denna känsla och osäkerhet spär på ungdomarnas källkritiska förhållningssätt desto mer och i vissa fall leder det till ett undvikande, speciellt i samband med bristande intresse. Vissa av ungdomarna lägger då över ansvaret över att informera om samhällsviktiga händelser på sina respektive målsmän, vilket innebär en form av gatekeeping i det långa loppet och på så sätt styr vad ungdomarna konsumerar för nyheter. Det gör också ungdomarna mer mottagliga för kommersiella krafter, censur, propaganda eller en egen politisk agenda som då riskerar att ta över uppdraget att spegla verkligheten. Vi kan samtidigt dock konstatera att ungdomarna har en hög förväntan på att medierna, speciellt public service, ska representera någon form av informations-institution och alltså inte ifrågasättas från grunden, utan källkritiken uppstår först vid förmodan om att nyheten är överdriven eller vinklad.

Vi kan konstatera att tidigare problematik kring en misstro hos ungdomar, som bland annat beskrivs i rapporten från Statens Medieråd, är befogad och även kan appliceras på de ungdomar som deltagit i vår studie, något vi diskuterar mer i kapitel 5.

5 Slutdiskussion

Att utforska bakomliggande orsaker och konsekvenserna av en misstro mot medier hos unga visade sig vara utmanande. Fram tills nu har den även varit begränsad i forskarvärlden. I vår studie ville vi initialt undersöka hur misstroende ungdomar förhåller sig till medier men efter att vår enkätundersökning inte ledde till att vi kunde göra det ursprungliga urvalet vi planerat fick vi istället ett material grundat på ungdomar med varierande grad av misstro mot medier. Trots detta har vi kunnat få en bild av hur dessa respondenter ser på informationen som sprids av nyhetsmedier och hur de resonerar kring vad som är sant och inte.

Det viktigt att betona denna studies begränsningar att dra några långtgående slutsatser utifrån resultatet av fokusgruppsintervjuerna. Intervjuerna kan däremot fungera som en grund för vidare utforskande på området misstro mot medier.

Vårt resultat visar att de ungdomar vi undersökte har ett källkritiskt förhållningssätt gentemot medier de hyser misstro mot, men det leder i stor utsträckning inte till ett undvikande av ett eller alla nyhetsmedier. Snarare leder deras medvetenhet av mediernas felbarhet till något vi skulle vilja kalla för en hälsosam skepticism.

Ungdomarna har en insikt kring att mediernas rapportering är en del av ett större sammanhang och att de som skapar nyheter också är människor och kan göra misstag. En teori som vi inte har valt att analysera resultatet utifrån skulle kunna appliceras här. Enligt medialiseringsteorin (Karlsson & Strömbäck, 2015) påverkas nyhetsjournalistiken mycket av det som kallas medielogik. Den innebär att medierna styrs av de strukturer i samhället de omges av, från institutioner, kommersiella krafter och kampen om att få konsumenter. Samtidigt som journalistisk professionalism står i kontrast som påverkansfaktor. Detta kan också relateras till något som inom forskningen benämns strukturell partiskhet jämfört med till exempel politisk partiskhet, innehållet medialiseras (Strömbäck & Esser, 2014).

Detta är något som återkommer bland respondenterna när de lyfter fram hur media ofta vinklar och överdriver något som hänt i syfte att väcka mer uppmärksamhet. Medielogik är en viktig del när nyheter värderas och handlar också om att paketera nyheten genom olika typer av berättartekniker.

Enligt det teoretiska ramverk vi valt att analysera resultatet utifrån fann vi spår av samtliga i empirin. Förutom att vissa respondenter upplevde sig mer kompetenta att avgöra om en nyhet var sann eller ej hade även kulturen i både familj och vänskrets en betydelse för hur de bedömde och hade förtroende för medias rapportering.

Medierådet (2019) lyfter också i sin undersökning kulturens betydelse och att det finns kulturella skillnader i vilket förtroende ungdomar har för medier, mycket beroende på deras socioekonomiska situation. Då vi inte tog hänsyn till aspekten om socioekonomi i vår studie kan vi inte påvisa några skillnader med anledning av detta i våra respondenters svar, men det

kan vara av stort intresse för vidare studier framöver att titta närmare på hur en sådan potentiell förtroendeselekularisering bland ungdomar påverkar det demokratiska samhället.

Förtroendet för institutioner avspeglades i referenser till public service uppdrag och i en tillit till att de lever upp till det. Något som också gynnar de som användare då ett beslut om att lita på avsändaren leder till en mer tidseffektiv användning. En konsekvens av misstron är ett källkritiskt förhållningssätt som i sig innebär ett arbete att undersöka flera källor, både genom att undersöka rapporteringen hos andra nyhetsmedier, vänner och andra användare som kommenterar.

Nygren och Guath (2019) visar också på ett resultat att ungdomar i hög grad anser sig vara kompetenta nog att kritiskt granska nyhetsmaterial och särskilja nyheter från reklam. Detta till trots så återspeglar deras resultat, i enlighet med Dunning Kruger effekten, att ungdomarna i stor grad misslyckas att se skillnaden. I deras kvantitativa undersökningar är det hela 88 procent som inte helt lyckas separera nyheter från reklam.

Våra respondenters svar kring källkritik kan därför bekräfta Nygren och Guaths analys gällande det självmedvetna källkritiska förhållningssättet, däremot kan vi inte med resultaten i vår studie påvisa hur korrekta respondenterna är i sin källkritik och förmåga att se skillnader på reklam och nyheter, även om de i sina diskussioner i fokusgrupperna resonerar kring svårigheterna att faktiskt avgöra vad som är sant och inte.

Vissa nyheter som anses mindre viktiga av mer lättsam natur menar de flesta respondenter inte bry sig om de är sanna eller falska. De fyller ändå sitt syfte, att underhålla. Det allvarliga och viktiga är det som triggar granskning. Exempel som kontrasteras här är en kändisnyhet jämfört med ett mord.

Liksom Medierådet (2019) påvisar med sin undersökning visade våra respondenter upp ett förtroende som grundar sig i traditionell källkritik. De tenderar att tro på nyheter som återkommer i fler källor och tror också mer på de nyheter som tydligt presenterar sina källor. Vi kan också konstatera likheter med en generell misstänksamhet gentemot nyhetsmedier, som i vår analys av respondenterna kan tyckas härröra från en maktbalans och en näst intill hierarkisk syn på nyhetsmediernas roll i samhället.

Sammanfattningsvis blev vi uppmuntrade respondenternas insiktsfulla sätt att reflektera kring sanning och avbildningen av den. Hur den alltid relateras till något större och att fånga den alltid innebär att du bara ser en liten del, ett ögonblick av en stor helhet i konstant rörelse och förändring.

6 Förslag på vidare forskning

Denna studie kan med sin begränsade omfattning trots allt inspirera till att vidare undersöka de orsaker till mediemisstro som finns bland ungdomar. Resultatet skulle kunna anpassas till en kvantitativ studie för att undersöka omfattningen hos en större grupp.

En liknande kvalitativ studie med deltagare som har en uttalad misstro mot medier hade varit intressant att genomföra. Tyvärr stötte vi på svårigheter att rekrytera endast den målgruppen bland unga. Fokusgruppernas sammansättning kan också varieras beroende på andra faktorer, en äldre generation som misstror medier hade också varit ett intressant perspektiv.

Det kan också vara viktigt att titta på fler faktorer än ålder, såsom unga i en socioekonomiskt utsatt situation och jämföra deras misstro mot misstroende mer välbärgade ungdomar i samma ålder. Skapar sekulariseringen någon form av demokratisk klyfta inom generationen? Detta är även något som lyfts i tidigare studier (Nygren & Guath, 2019; Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013).

En annan aspekt kan vara att titta vidare på, utifrån respondenternas olika svar på orsaker och konsekvenser till misstro, vad de i sin tur kan ge för effekt på mediasamhället i framtiden. Har de redan gett effekt? Några respondenter i grupperna vi intervjuat har framhållit att snabba nyheter sällan ifrågasätts ur förtroendeperspektiv, är detta genomgående för alla misstroende grupper - att snabba nyheter förbises som mindre viktiga och därmed inte ifrågasätts på samma sätt?

Referenser

- Andersson, Ulrika. (2005). *Nya svenskar och svenska medier*. Göteborg: Göteborg : Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs univ.
- Andersson, Ulrika, & Weibull, Lennart. (2017). Har svenskarna förtroende för medierna? In (pp. 51-83): Institutet för mediestudier Stockholm.
- Andersson, Ulrika, & Weibull, Lennart. (2018). Polariserat medieförtroende. In (pp. 71-92): Göteborgs universitet Göteborg.
- Asp, Kent. (2014). News media logic in a New Institutional perspective. *Journalism Studies*, 2014, Vol. 15, Iss. 3, pp. 256-.270, 15(3), 256-270.
- Asp, Kent. (2017). *Public service-TV - vårt offentliga rum*: Göteborgs universitet Göteborg.
- Balnaves, Mark. (2009). *Media theories and approaches : a global perspective*. Basingstoke: Basingstoke : Palgrave Macmillan.
- Bergström, Annika, & Oscarsson, Henrik. (2017). Svenska trender 1986-2016. In: SOM-institutet Göteborgs universitet.
- Daniller, Andrew, Allen, Douglas, Tallevi, Ashley, & Mutz, Diana C. (2017). Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment. *Communication Methods and Measures*, 11(1), 76-85. doi:10.1080/19312458.2016.1271113
- Dunning, David, Johnson, Kerri, Ehrlinger, Joyce, & Kruger, Justin. (2003). Why People Fail to Recognize Their Own Incompetence. *Current Directions in Psychological Science*, 12(3), 83-87. doi:10.1111/1467-8721.01235
- Ekström, Mats, & Johansson, Bengt. (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (Tredje upplagan ed.): Lund : Studentlitteratur.
- Elliot, Maria. (2008). Förtroendet för medierna. In.
- Engelke, Katherine, Hase, Valerie, & Wintterlin, Florian. (2019). On measuring trust and distrust in journalism: Reflection of the status quo and suggestions for the road ahead. 9, 66-86. doi:10.1080/21515581.2019.1588741
- Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, & Wängnerud, Lena. (2012). *Metodpraktikan : konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4., [rev.] uppl. ed.): Stockholm : Norstedts juridik.
- Fisher, Caroline. (2016). The trouble with 'trust' in news media. *Communication Research and Practice*, 2(4), 451-465. doi:10.1080/22041451.2016.1261251
- Flynn, D. J., Nyhan, Brendan, & Reifler, Jason. (2017). The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics. *Political Psychology*, 38(Supp.1), 127-150. doi:10.1111/pops.12394
- Frida Tipple, Annika Bergström och Ulrika Andersson. (2017). *Förtroende för svensk nyhetsrapportering* (SOM-rapport nr 2017:38]. Retrieved from Göteborg:
- Gallup. (2018). Indicators of news media trust. Retrieved from https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/216/original/KnightFoundation_Panel4_Trust_Indicators_FINAL.pdf

- Hanitzsch, Thomas, Van Dalen, Arjen, & Steindl, Nina. (2018). Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23. doi:10.1177/1940161217740695
- Holmberg, Sören, & Weibull, Lennart. (2017). Långsiktiga förändringar i svenskt institutionsförtroende. In (pp. 29-58): SOM-institutet, Göteborgs universitet Göteborg.
- Hudson, John. (2006). Institutional Trust and Subjective Well-Being across the EU. *Kyklos*, 59(1), 43-62. doi:10.1111/j.1467-6435.2006.00319.x
- Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udris, L., & Eisenegger, M. (2019). News Media Trust and News Consumption: Factors Related to Trust in News in 35 Countries. *International Journal Of Communication*, 13, 3672-3693.
- Karlsson, Michael, & Strömbäck, Jesper. (2015). *Handbok i journalistikforskning* (1. uppl. ed.): Lund : Studentlitteratur.
- Kohring, Matthias, & Matthes, Jörg. (2007). Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale. *Communication Research*, 34(2), 231-252. doi:10.1177/0093650206298071
- Lewicki, Rj, McAllister, Dj, & Bies, Rj. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy Of Management Review*, 23(3), 438-458. doi:10.2307/259288
- Lundberg, Dan. (1968). *Individen och massmedia*. Stockholm: Stockholm : Norstedt.
- Mind. (2019). Tillit. Retrieved from <https://mind.se/aktuellt/tillit/>
- Moody, Gregory D., Lowry, Paul Benjamin, & Galletta, Dennis F. (2017). It's complicated: explaining the relationship between trust, distrust, and ambivalence in online transaction relationships using polynomial regression analysis and response surface analysis. *European Journal of Information Systems*, 26(4), 379-413. doi:10.1057/s41303-016-0027-9
- Nickerson, Raymond S. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175-220. doi:10.1037/1089-2680.2.2.175
- Nord, Lars. (2001). *Vår tids ledare : en studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*. Diss. Stockholm : Univ. : 2001,
- Nygren, T., & Guath, M. (2019). Swedish teenagers' difficulties and abilities to determine digital news credibility. *Nordicom Review*, 40(1), 23-42. doi:10.2478/nor-2019-0002
- Oscarsson, Henrik, Bergström, Annika, & institutet, S. O. M. (2014). *Mittfåra & marginal : SOM-undersökningen 2013*. Göteborg: Göteborg : SOM-institutet.
- Petersson, Olof. (2018). *Medborgarna och det psykologiska försvaret*. Stockholm: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.
- Strömbäck, Jesper, Djerf-Pierre, Monika, & Shehata, Adam. (2013). The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(4), 414-435. doi:10.1093/ijpor/eds018
- Strömbäck, Jesper, & Esser, Frank. (2014). Introduction: Making sense of the mediatization of politics. *Journalism Studies*, 15(3), 243-255. doi:10.1080/1461670X.2014.897412
- Strömbäck, Jesper, & Johansson, Bengt. (2017). När bjälken sitter i betraktarens ögon: om fientliga medier-fenomenet. In: Institutet för mediestudier Stockholm.
- Sundin, Olof, & Francke, Helena. (2011). *Förändrade kunskapsformer och förnyade informationskompetenser i gymnasieskolan*.

- Taber, Charles S., & Lodge, Milton. (2006). Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755-769. doi:10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x
- Truedson, Lars. (2017). *Misstron Mot Medier*. Institutet för Mediestudier.
- Vernersdotter, Frida. (2016). Den nationella SOM-undersökningen 2015. In (pp. 433-460): Göteborgs universitet Göteborg.
- Weibull, Lennart. (2009). Medieförtroendets villkor. In: University of Gothenburg Göteborg.
- Weibull, Lennart. (2013). What Happens with the Swedish Political Press? Political Perspectives on the Erosion of the Swedish Newspaper Readership. In (pp. 95-128): Department of Political Science, University of Gothenburg Göteborg.
- Westlund, Oscar. (2006). *Känslor av medieförtroende*.
- Wibeck, Victoria. (2010). *Fokusgrupper : om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod* (2., uppdaterade och utök. uppl. ed.): Lund : Studentlitteratur.

Bilagor

Intervjuguide

Presentation/introduktion

“Hej, anledningen till att vi ses idag är för att ni ska få diskutera vilket förtroende ni har för våra traditionella medier. Det ni säger kommer ligga till grund för en kandidatuppsats på ämnet. Upplägget kommer vara att ni får två färgade lappar. Vi lägger fram olika påståenden som ni får ta ställning till. Håller ni med om ett påstående håller ni upp en grön lapp på det påståendet. Om inte håller ni upp en röd lapp. Därefter diskuterar vi påståendena en och en. Har ni några frågor?”

Inledningsfrågor

Tar ni del av traditionella nyheter idag?

Hur tar ni del av nyheterna? (internet, vänner osv.)

Påståenden och följdfrågor

1. **Det är viktigt att ta del av nyheterna.**
 - a. Varför/varför inte?
 - b. Hur länge har ni tagit del av nyheterna?
 - c. Om ni inte tar del av nyheterna, varför?

2. **Jag använder hellre sociala medier än traditionella nyhetsmedier för att hålla mig uppdaterad.**
 - a. Varför? / Varför inte?
 - b. Vilka sociala medier presenterar de bästa nyheterna?
 - c. Är det traditionella medier på sociala medier som du konsumerar dina nyheter ifrån, eller från andra användare?
 - d. Är det viktigt att traditionella medier finns på de sociala plattformarna?

3. **Jag diskuterar nyheterna hemma med min familj.**
 - a. Hur ofta/Hur lite?
 - b. Hur pratar ni om nyheterna när ni pratar om dem?
 - c. Om ni inte diskuterar nyheterna, vad beror det beror på?

4. **Jag tittar hellre på tv nyheterna än läser tidningar på nätet.**
 - a. Hur kommer det sig att du väljer ett visst media framför det andra?
 - b. Är det media du väljer också det du tycker är mest sant?
 - c. Varför är den du litar minst på minst trovärdig?

5. **Allt som sägs på tv och radio eller skrivs i nyheterna är sant.**

- a. Vad är en sann nyhet?
- b. Vad är det som gör att du litar/inte litar på det som sägs?

6. Medier kan sprida falsk information.

- a. Hur vet man om det som medier rapporterar om inte stämmer?
- b. Fortsätter du konsumera information från medier du vet har spridit falsk information?
- c. Vågar du ifrågasätta om en kompis sprider vad som verkar vara falsk information från medier?

7. Jag kan se skillnad på reklam och nyheter.

- a. Hur ser man skillnad?
- b. Är ni bättre än andra i er närhet på att se skillnaden?
- c. Vad är reklam?
- d. Vad är nyheter?
- e. Är något av dem mer sant?

8. Jag är ifrågasätter källan bakom nyheten.

- a. Varför/varför inte?
- b. Hur följer ni upp källor från nyhetsmedier?
- c. Hur tycker ni att andra följer upp källor?
- d. Hur påverkas ni om ni får veta att en nyhet var falsk?

9. Jag sprider nyheter vidare till andra.

- a. Om ja, vad avgör om du sprider något eller inte?
- b. Undersöker du om nyheten är sann innan du sprider den?