



# GÖTEBORGS UNIVERSITET

JMG - INSTITUTIONEN FÖR MEDIER, KOMMUNIKATION OCH  
JOURNALISTIK

**“Jag skiter i att det är fejk, det är förjävligt ändå”**

Unga politiskt engagerade svenskers uppfattning om eller hur fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter

Lova Jarnerup och Ella Linnér

---

Uppsats/Examensarbete: 15hp

Program och/eller kurs: Medie- och kommunikationsvetarprogrammet

Nivå: Grundnivå

Termin/år: HT 2023

Handledare: Nicklas Håkansson

Kursansvarig: Malin Sveningsson

## Abstract

---

**Examensarbete:** 15hp

**Program och/eller kurs:** Medie- och kommunikationsvetenskap

**Nivå:** Grundnivå

**Termin/år:** HT 2023

**Handledare:** Nicklas Håkansson

**Kursansvarig:** Malin Sveningsson

**Sidantal:** 56

**Antal ord:** 18 459

---

**Nyckelord:** Fake news, politisk tillhörighet, trovärdighet, förtroende.

**Syfte:** Syftet med vår studie är att undersöka om eller hur politiskt aktiva unga svenskar, 20-30 år, uppfattar att fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter.

**Teori:** Third-Person Effect och Uses and Gratification

**Metod:** Kvalitativ intervjustudie

**Material:** Sex stycken kvalitativa intervjuer

**Resultat:** Av studien drar vi slutsatserna att tredjepersonseffekten är högt närvarande när det kommer till hur man själv och hur andra formas av falska nyheter. Bland respondenterna fanns medvetenhet kring att nyheter påverkar en, men att påverkan av falska nyheter är större på "andra" än en själv. Ett mönster vi kunde urskilja var att respondenterna med vänstersympati hade en tro om att individer med högersympati är mer benägna att skapa och sprida falska nyheter på nätet i jämförelse med individer med vänstersympati. Vi kunde se ett annat synsätt hos respondenterna med högersympati, nämligen att de inte nämnde något samband mellan falska nyheter och ideologisk tillhörighet.

## Executive summary

The purpose of this thesis is to examine if or how politically active Swedish youths, 20–30 years, perceive that fake news affects their and others political positions. Fake news is a phenomenon that has grown remarkably in the last few years. In short, it can be described as false and misleading information presented as true information, often with a political or economical purpose. The growing use of social media has created a possibility for people to spread fake news at a growing rate than ever before. Fake news has made its way into the public debate since Donald Trump used it frequently in the presidential election in 2016 to discredit his opponents. One theory that has researched the impact of media effects and more specifically what people think of this impact is called TPE (Third-Person effect). The theory explains that people think that other people are more vulnerable to the impact of media than they are themselves. To broaden the knowledge about how people perceive that fake news affects them can give us an insight into whether fake news is something the Swedish population should be cautious about.

This study is completed with six qualitative interviews, and one preparing survey that was sent out before the interviews. The study aims to answer three main questions about how people perceive that fake news affects their political views. These questions are “What does the respondents news consumption look like and what is their perception about what fake news is?”, “How do the respondents perceive that fake news affect their political views?” and “How do the respondents perceive that fake news affect other individuals in society?”. With these questions we will be able to answer the aim of the study, which is to examine if or how young Swedish people perceive that fake news affect their political views.

The results show that all respondents had knowledge about fake news and were worried about how fake news could be used for the wrong purposes. The confidence about being able to determine which news are true and false was high among the left-leaning respondents. All respondents think that the reason for fake news being a big phenomenon today is because it is more favorable to spread fake news with strong opinions to attract people and form opinions. The results also illustrate how the respondents often have more trust for information that is shared by opinion formers that share the same political views as the respondents. When it comes to fake news impact the respondents believe that they are being affected by both true news and fake news, but they believe that there are other specific groups that are more vulnerable for this impact. Whether fake news has an impact on the respondents political views is something that they partly agree with. They think that

they are being affected in the form of them being more skeptical of social media, but not affected in a way that completely changes their political views. When it comes to the perception of the impact on other groups the respondents do believe that others get affected to the point of changing political views. One of the most eminent results of this study was that the left-leaning respondents thought that there is a more organized structure in creating and spreading fake news on the extreme right wing, and that it could be big opinion formers that spread fake news, in comparison to the extreme left wing.

Based on our study we draw the conclusion that there is a broad knowledge about how news affects you but that the impact of fake news is bigger on others than the individual itself. This study also showed that young politically educated individuals have knowledge about their media use and tend to use media based on their needs. There is also a broad knowledge about fake news and how this can affect other groups.

**Keywords:** Fake news, political stance, credibility, trust.

## Innehållsförteckning

<b>Abstract</b>	<b>2</b>
<b>Executive summary</b>	<b>3</b>
<b>Innehållsförteckning</b>	<b>5</b>
<b>Inledning</b>	<b>7</b>
<b>Bakgrund</b>	<b>10</b>
Definition av fake news	10
Sociala medier som nyhetskälla	10
Ideologisk påverkan i bedömning av falska nyheter	11
<b>Syfte och frågeställningar</b>	<b>12</b>
<b>Tidigare forskning</b>	<b>13</b>
Fake news påverkan på individers politiska ståndpunkt	13
Ideologisk påverkan i bedömningen av falska nyheter	15
Third-Person Effect	17
Förtroende för nyheter på sociala medier	17
<b>Teoretiskt ramverk</b>	<b>19</b>
Third-Person Effect	19
Uses and Gratification	20
<b>Metod</b>	<b>22</b>
Semistrukturerad intervju och förberedande enkät	22
Utformningen av intervjuguide och förberedande enkät	23
Urval	25
Respondentgalleri	26
Tillvägagångssätt för analys	26
Forskningsetiska överväganden	28
Metodkritik	28
Kvalitet och tillförlitlighet	29
<b>Resultat och analys</b>	<b>31</b>
Nyhetskonsumtion och uppfattning om vad fake news är	31
Fake news och medieförtroende	31
I kontaktnät	35
Från opinionsledare	36
Analys av resultat	37
Uppfattad påverkan av fake news på politisk ståndpunkt	39
Påverkan på respondenten själv	39
Påverkan på andra grupper	40
Analys av resultat	41
Uppfattad påverkan av fake news på samhället och uppfattningar om ideologisk tillhörighet	43
Ideologiska tillhörigheter	43
Samhällelig påverkan	45

Analys av resultat	47
<b>Diskussion och slutsatser</b>	<b>48</b>
Reflektioner kring studien	50
Vidare forskning	52
<b>Referenser</b>	<b>53</b>
<b>Bilagor</b>	<b>57</b>
Förberedande enkät	57
Intervjuguide	57

## Inledning

Ett fenomen som på senare tid har blivit stort på sociala medier och i digital kommunikation är fake news. Fake news kan beskrivas som falsk och vilseledande information som framförs som en äkta nyhet, de kan spridas via sociala medier eller olika nyhetsmedier i exempelvis politiskt eller ekonomiskt syfte (Internetkunskap, 2021). Den ökande användningen av sociala medier har skapat möjligheten för människor att sprida falska nyheter i betydligt större utsträckning än tidigare. Ofta är fake news ett verktyg för att förvirra och manipulera människors åsikter. Presidentvalet i USA 2016 gav detta fenomen ett uppsving då USA:s dåvarande president Donald Trump använde begreppet för att misskreditera sina motståndare. Genom detta så fick fake news en stor spridning i samhällsdebatten (Governance, u.å). Till följd av spridningen som fake news fick har det spekulerats om att det kan ha en påverkan på samhället i politiska val och demokratiska processer. Detta för att det går tankar om att väljare påverkas av falska nyheter på så sätt att de ändrar sina politiska åsikter (Curini och Pizzimenti, 2020).

En teori som har undersökt mediers påverkan och mer specifikt vad människor tror om mediers påverkan kallas Third-Person Effect, tredjepersonseffekten eller TPE. Majoriteten av människor som svarar på om de tror sig bli påverkade av mediernas innehåll menar att medier inte alls påverkar dem, men att medier kan påverka andra. Här finns en obalans. Att människor tenderar att tänka att medier inte påverkar dem själva innebär att antingen påverkas ingen, eller påverkas vi alla utan att vilja erkänna det (Perloff, 2002). TPE utvecklades för att förklara uppfattningar människor har om kommunikationseffekter, speciellt i massmedia. Men vad händer när massmedier slås samman med nya medier och speciellt sociala medier? I och med användningen av sociala medier har konsumtionen förändrats och publiken har därmed blivit splittrad. (Perloff, 2002) Den splittrade publiken leder till att vi skapar olika uppfattningar om olika grupper när det kommer till hur de tar emot medieinnehåll. Det är därför viktigt att inse att dessa uppfattningar inte alltid är sanna, och speciellt inte i det splittrade mediasamhälle vi befinner oss i idag. I och med uppfattningen om att det sällan är en själv som blir påverkad av medieinnehåll, utan istället "de andra" så menar Perloff (2002) att det är viktigt att minska människors tendens att separera sig själva från andra och istället uppmuntra människor till att se på sig själva tillsammans med andra genom samma glasögon.

I och med framväxten av sociala medier så har medielandskapet förändrats och publiken kan delta på ett sätt som inte tidigare har varit möjligt. Internet har blivit ett demokratiskt verktyg, då människor kan visa engagemang genom att uttrycka sin åsikt, diskutera och organisera sig i lättillgängliga appar. Svenningsson och Bergström (2014) beskriver politiskt deltagande på nätet. På sociala medier har vem som helst makten att publicera vad som helst utan att det faktagranskas, vilket leder till att det för läsaren kan vara svårt att avgöra om informationen man tar del av är sanningsenlig eller falsk. Människor har dessutom en tendens att läsa inlägg och senare sprida dem vidare om de finner att informationen bekräftar deras tidigare åsikter (Curini och Pizzimenti, 2020).

Hur fake news påverkar individer i Sverige samt hur denna påverkan uppfattas av individerna är inte lika utforskat i Sverige som i USA. Att bredda kunskapen om hur människor uppfattar att fake news påverkar dem kan ge oss en inblick i om fake news är något vi i Sverige bör vara uppmärksamma på, i det medielandskap vi befinner oss i idag. Vi blir exponerade för en stor mängd nyheter på sociala medier varje dag och vi har uppfattningen om att nyheterna vi läser ska vara sanningsenliga (Svenskarna och internet, 2023). Ens egen uppfattning om hur nyheter påverkar en och till vilken grad man tar in informationen tror vi kan skilja från person till person. Tidigare forskning om den uppfattade påverkan av fake news på individer i deras politiska ståndpunkt är i majoritet baserad på det politiska valet 2016 i USA. Anledningen till att det är intressant att se skillnaderna mellan Sverige och USA är att mediasystemet är så pass annorlunda uppbyggt då Sverige inte lutar sig lika mycket på den ekonomiska marknaden som USA, genom exempelvis en stark public service. USA:s mediasystem, det liberala systemet, har en relativ dominans av marknadsmekanismer och kommersiella medier. Det kännetecknas även av en hög grad av differentiering av media från andra sociala organ, särskilt politiska. Detta skiljer sig från Sveriges mediasystem, den demokratisk-korporativa modellen, som karaktäriseras av en historisk samexistens mellan kommersiella medier och medier knutna till organiserade sociala och politiska grupper. I Sverige inklusive Europa är nyhetskonsumenterna inte lika fragmenterad och det är därmed inte lika lätt att få polariseringseffekter som i USA (Hallin & Mancini, 2004). Dessa skillnader gör det intressant att undersöka hur fenomenet fake news kommer till uttryck i vårt svenska mediasystem.

I denna studie kommer vi att undersöka om eller hur politiskt aktiva unga svenskar uppfattar att fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter. Relevansen av



studien för medie- och kommunikationsvetenskap motiveras genom att det ger oss en insikt i vilken makt media besitter för att påverka och vilseleda människors uppfattningar. Att forska inom fake news i det svenska medielandskapet kan ge oss strategier för att informera allmänheten om ansvarsfull användning av sociala medier där fake news inte blir en bidragande faktor i människors politiska uppfattningar. För samhället i stort kan fake news ha betydande påverkan på politiska val och demokratiska processer, eftersom det kan leda till att människor röstar på sätt som inte är representativa för deras faktiska åsikter eller intressen. (Allcott och Gentzkow, 2017). En medvetenhet om att fake news är ett snabbt spridande fenomen inom media kan därför bidra till att människor i samhället är mer kritiska till informationen de läser och fattar mer välgrundade beslut. Att granska informationen man väljer att ta del av bidrar till att allmänheten kan göra välgrundade beslut i politiska val, vilket bidrar till en fungerande demokrati (Allcott och Gentzkow, 2017).

Tidigare studier som undersökt fake news påverkan på individer har kommit fram till olika resultat. Majoriteten av den amerikanska forskningen har funnit att fake news inte påverkar individer till den grad att de röstar på ett annat sätt än de tänkt. Dock kunde samtliga studier se att personer som redan tar del av en stor mängd fake news för att bekräfta sina tidigare åsikter tenderar att tro på näst intill allt de läser. Däremot är denna forskning baserad på det liberala mediasystemet som finns i USA och den fokuserar till stor del på om fake news påverkade hur väljarna röstade i ett specifikt val. På andra sidan av detta finns Wang (2020) som under sin studie av valet i Taiwan 2018 fann att fake news faktiskt hade en påverkan på hur individerna valde att rösta. Baserat på detta har vi valt att undersöka fenomenet utifrån hur människor **uppfattar** att fake news påverkar deras politiska ståndpunkt, och inte hur individer väljer att rösta i ett specifikt val, som den tidigare forskningen har varit inriktad på.

## Bakgrund

Nedan presenteras definitioner av begrepp och annan information som vi anser vara relevant för studien. Först förklaras fenomenet fake news närmare. Därefter diskuteras hur sociala medier tillämpas som nyhetskälla och plattform för spridning av politiska nyheter och åsikter. Avslutningsvis följer en presentation om hur individers ideologiska ståndpunkter kan ha en påverkan i bedömningen av falska nyheter.

## Definition av fake news

*“False stories that appear to be news, spread on the internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke” (Cambridge Dictionary, u.å).*

*“Fake news is information that is clearly and demonstrably fabricated and that has been packaged and distributed to appear as legitimate news. (...) Fake news refers to a specific piece of information; it does not refer to any particular type of news outlet, individual, or other actor.” (University of Oregon, 2023)*

Fake news är desinformation maskerat som nyheter. Det innebär att någon medvetet manipulerar information för att påverka människors åsikter, där motivet bland annat kan vara politiskt, ideologiskt eller i form av reklam. Fake news-begreppet har även använts som slagord i politiska debatter. Som tidigare nämnt var det något som Donald Trump flitigt använde under presidentvalet i USA 2016 för att misskreditera den information som inte stämde överens med hans åsikter. Användningen av fake news började som ett slagord bland Donald Trumps anhängare då han på ett effektivt sätt kunde få dem att tro att hans motståndare ljög och arbetade med propaganda. Vanliga aspekter av fake news är att de ofta väcker känslor och förstärker rubriker för att locka läsare. Målet är att få läsarna att sprida den falska informationen vidare. (Internetkunskap, 2021)

## Sociala medier som nyhetskälla

Sociala medier är idag en integrerad del av våra liv. Den åldersgrupp som idag spenderar mest tid på sociala medier är personer födda under 90- och 00-talet, det är alltså unga vuxna som utgör sociala mediernas största publik. Sociala medier har även visat sig vara den största nyhetskällan bland unga. Majoriteten av dem nämner Facebook, Twitter och Instagram som deras främsta nyhetskällor. (Svenskarna och internet, u.å).

Sociala medier har vuxit som nyhetskälla och skiljer sig från traditionella medier då dess användare tar del av nyheter från en mängd olika källor, detta inkluderar opålitliga källor. Trots vetskapen om att det finns opålitliga källor så litar en stor del av användarna på nyheterna de konsumerar på sociala medier (Sterett m.fl., 2019). Detta är ett nytt informationslandskap som leder till att många forskare frågar sig vad det egentligen är som gör att så många litar på nyheterna på sociala medier. En intressant faktor i diskussionen kring vilka nyheter på sociala medier som människor litar på är att det inte

finns någon skillnad mellan förtroendet för en fiktiv nyhetskälla och en pålitlig nyhetskälla. Det som har visat sig påverkar förtroendet är istället användaren, dennes medievanor och tidigare åsikter. En annan faktor som påverkar förtroendet för nyheter är huruvida nyheten de tar del av kommer från en person de litar på. Det kan handla om en politiker, en känd person eller en familjemedlem. Även om nyheten personen delar inte kommer från en pålitlig källa är det just personen som delat nyheten som användaren baserar sitt förtroende på. Det kan vara så att användaren kollar upp källan men ändå accepterar nyheten baserat på personen som delat den (Sterett m.fl., 2019).

## Ideologisk påverkan i bedömning av falska nyheter

Allcott & Gentzkow (2017) berättar hur mediekonsumtion, ålder och egna personliga övertygelser är viktiga när det kommer till vilka nyheter man väljer att tro på. De menar att personer med starka ideologiska övertygelser är mer troliga att tro på nyheter som stämmer överens med den ideologiska uppfattning de har. Kön, etnicitet och ålder har alltså inte en märkbar inverkan på hur pass troligt det är att en person tror på fake news utan det är den politiska ståndpunkten som är den avgörande faktorn (Gunther m.fl., 2018).

Strömbäck m fl (2020) beskriver hur människor har en tendens att välja sådan information som bekräftar de egna åsikterna och verklighetsuppfattningarna. I det medielandskap vi lever i idag är det även lättare att välja bort de nyhetsmedier man inte håller med, något som inte var möjligt till samma grad när de traditionella medierna dominerade vårt medielandskap. Detta grundar sig, bortsett från ideologiska uppfattningar, i det sjunkande medieförtroende som bevittnats på senare år (Göteborgs Universitet, 2020).

## Syfte och frågeställningar

Syftet med vår studie är att undersöka om eller hur politiskt aktiva unga svenskar, 20–30 år, uppfattar att fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter.

För att svara på studiens syfte har vi formulerat tre frågeställningar:

*Hur ser respondenternas nyhetskonsumention ut och vad uppfattar de att fake news är?*

*Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar deras politiska ståndpunkt?*

*Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar andra individer i samhället?*

## Tidigare forskning

Nedan presenteras ett urval av den tidigare forskningen som finns inom följande områden: Fake news påverkan på individers politiska ståndpunkt, ideologisk påverkan i bedömningen av falska nyheter, TPE och förtroende för nyheter på sociala medier.

### Fake news påverkan på individers politiska ståndpunkt

Allcott och Gentzkow (2017) använde både en kvantitativ och en kvalitativ metod för att undersöka hur spridningen av falska nyheter på sociala medier under det amerikanska presidentvalet 2016 påverkade väljarna. Författarna använde sig av en enkätundersökning och en storskalig dataanalys av sociala medieplattformar, såsom Facebook, Twitter och Google. Enkätundersökningen riktades till amerikanska väljare och användes för att undersöka vilken typ av nyheter som väljarna konsumerade och hur mycket de blev exponerade för falska nyheter. Dataanalysen från sociala medieplattformar användes för att mäta antalet falska nyheter. De identifierade 115 stycken falska nyheter som var till fördel för Trump, och som i sin tur var delade på Facebook 30 miljoner gånger. De identifierade även 41 stycken falska nyheter som var till fördel för Clinton, och de blev delade totalt 7,6 miljoner gånger. I enkätundersökningen exponerade författarna deltagarna för stimuli vilket var både riktiga falska nyheter som cirkulerade innan valet, tillsammans med placebo-falska nyheter. Placebo-nyheter hade uppfunnits av författarna och cirkulerade aldrig innan valet. Detta för att se hur många falska nyheter de såg, som de även mindes. Resultatet visar att den genomsnittliga amerikanen blev exponerad för och mindes en eller flera falska nyheter per dag en månad innan valet, och det var större exponering för Trump-nyheter då de delades flera miljoner gånger mer än Clinton-nyheter. För att veta hur mycket nyheterna har påverkat väljarna behöver man veta hur effektiv en falsk nyhet är på att övertala läsaren. Under antagandet att en falsk nyhetsartikel är lika övertygande som en TV-kampanj reklam (vilket, som författarna erkänner, är ett mycket starkt antagande), uppskattar författarna att effekten av exponering för falska nyheter var ganska liten och den totala konsumtionen för falska nyheter inte var tillräckligt för att vara avgörande för valutgången 2016, på så sätt att det inte hade en stark påverkan på individers politiska ståndpunkt.

Wang (2020) använde kvalitativa och kvantitativa undersökningar för att förstå de spekulerade effekterna av misinformation under valet i Taiwan 2018. Undersökningen gjordes för att graden av fake news var väldigt hög och det fanns information om att Beijing ville påverka Taiwans val genom en påverkningskampanj. Undersökningarna bestod av

1069 medverkande och utfördes strax efter valet. Den kvantitativa delen innebar att deltagarna fick svara på frågorna om deras demografiska data, så som partipolitisk ställning, utbildning, kön, ålder och vart de bor. Sedan svarade de på vilket parti de bäst identifierar sig med. Deltagarna fick även svara på frågor om deras nyhetskonsumtion under valet, vilka nyhetsvanor de hade och vilken nyhetskälla som var viktigast för dem under valet. Den kvalitativa delen av undersökningen bestod av 12 nyheter, där sex av dem var fake news och resterande sex var sanna. Nyheterna hade cirkulerat under valperioden. Deltagarna fick svara på ifall de kom ihåg någon av nyheterna och i så fall hur mycket. Resultatet av detta visade på att majoriteten av de falska nyheterna hade 70% av deltagarna sett tidigare, men endast 50% kunde identifiera vilken nyhet som var den sanna. Författaren menar att väljarna därmed röstade med tron på att en viss falsk nyhet var sann. Analysen visade på att väljarna som inte kunde bestämma sig för vilken nyhet som var sann eller falsk var troligare att rösta på det mer konservativa partiet i Taiwan. Sammanfattningsvis menar författaren att fake news hade en påverkan på väljarna i valet i Taiwan. Detta framgår genom att 50% av väljare röstade utan att veta de korrekta nyheterna under valperioden. Vi anser att reliabiliteten i denna studie inte är särskilt hög då vi inte ser något samband mellan att endast 50% av respondenterna kunde identifiera vilken nyhet som var den sanna och att det påverkade väljarna i valet. Ett politiskt ställningstagande tror vi kräver mer än att kunna identifiera 12 nyheter som sanna eller falska.

Guess m.fl. (2020) använde en blandning av kvalitativa och kvantitativa metoder för att undersöka effekterna av falska nyheter på människors politiska övertygelser och beteenden. Författarna har delat upp deltagarna i undersökningen i två grupper. De samlade in data från vilka hemsidor de hade besökt 1-3 veckor innan undersökningen, för att se deras vardagliga konsumtion av falska nyheter och jämföra den med en lista med sidor som frekvent uppdateras med falska nyheter. Väl i undersökningen visar de individerna i grupperna en av tre artiklarna slumpmässigt. Artiklarna är 1. En falsk artikel som är "pro-Democratic" från en icke-sanningsenlig webbplats. 2. En falsk artikel som är "pro-Republican" från en icke-sanningsenlig webbplats, och 3. En neutral, icke politisk artikel. Författarna fann att individerna som blev exponerade för någon av artiklarna rapporterade att det finns en större chans att de ska rösta i kommande val. Resultatet av att bli exponerad beroende på artikel var inte anmärkningsvärt, utan oavsett vilken artikel individen hade blivit exponerad för så tänker de rösta. Därmed mobiliserade inte de falska artiklarna väljare, och de mobiliserade inte heller individer som identifierade sig med det andra partiet. Guess m.fl. (2020) fann därmed att exponering för falska nyheter kan göra att

fler individer röstar, men att de falska nyheterna inte påverkar individerna i deras politiska ståndpunkt.

## Ideologisk påverkan i bedömningen av falska nyheter

Leyva och Beckett (2020) använde en experimentell metod för att undersöka effekterna av falska nyheter på människors bedömningar av politiska kandidater, individers uppfattning av exponering för falska nyheter och ifall de upplevde att de trodde på falska nyheter. Artikeln placeras i det funktionalistiska paradigmet då de undersöker konkreta effekter av digitala falska nyheter på väljarnas bedömningar. Deltagarna var 552 amerikaner, ålder 25-49. Varje deltagare blev visad två korta artiklar och tre Facebook-inlägg som (beroende på vilken slumpmässig grupp deltagaren hamnade i) var negativa falska nyheter om Clinton eller Trump. Deltagarna fick sedan svara på flera olika frågor, bland annat vilken kandidat de föredrog och vilka nyheter de ansåg var sanna eller falska. Leyva och Beckett (2020) poängterade att deras undersökning visade på att partipolitisk ideologi och politisk intresse var betydande i undersökningen och på väljarstödet för någon av kandidaterna, Clinton eller Trump. Deltagarnas politiska övertygelse bidrog till att mildra inflytandet av politiskt falska nyheter. Författarna menar att konservativa individer oftare konsumerar nyheter från hemsidor som uppdaterar med falska nyheter, och har lägre kunskap om politik, jämfört med liberala individer. Författarna menar även att människors tidigare politiska åsikter starkt orienterar dess kandidatåsikter och röstningsbeteenden, och att de osannolikt skulle bli påverkade av falska nyheter. Falska nyheter konfirmerar istället en persons tidigare åsikter snarare än att ändra dem. Dock är detta en sorts förstärkningseffekt i sig då de falska nyheterna med innehåll som stämmer överens med individers politiska övertygelser förstärker deras redan existerande åsikter. De visade också att konservativa sällan accepterar information i falska nyheter som går emot deras åsikter.

Morris, D. m.fl. (2020) använde en experimentell metod för att undersöka om faktagranskning av falska nyheter som cirkulerade runt valet 2016 i USA påverkade individerna som blev exponerade. Författarna utförde ett experiment där medverkande exponerades för 12 falska nyheter där sex av dem var kritiska mot republikaner och sex var kritiska mot demokrater. Deltagarna bedömde hur mycket sanning de fann i varje nyhet. Medverkande fick sedan olika scenarion att utgå ifrån. Resultatet av studien visade att ideologi- och partidentifiering spelar stor roll i vad man väljer att tro på angående falska nyheter. I de fall där de medverkande blev informerade om att alla nyheter bedömdes vara felaktiga av opartiska faktaorganisationer så gav det en begränsad inverkan i hur de medverkande bedömde graden av sanning i nyheterna. Människor tenderar att tro på det de vill tro på, och att ändra på den inställningen är svårt. Enligt författarna tenderar

människor som placeras till höger på det politiska spektrumet, republikaner, vara mer mottagliga för desinformation än de på den vänstra sidan av det politiska spektrumet, demokraterna.

Swire m.fl. (2017) använde en experimentell metod för att undersöka hur människor reagerar på politiskt falska nyheter, specifikt under 2016 års amerikanska presidentval. Experimenten undersöker ifall förtroende i falska eller sanna nyheter skiljer sig beroende på om informationen är associerad med en polariserad sida inom politiken, huruvida effekten av bekräftelse eller korrigerings skiljer sig beroende på partitillhörighet och om trosföreställningar håller i sig över tid. I experimentet blev deltagarna presenterade för åtta olika uttalanden som Trump hade gjort. Vissa av uttalanden var sanna och vissa var falska. När uttalanden presenterades så var det antingen utskrivet att det var Trump som hade sagt det eller helt utan källa. Uttalanden som var falska korrigerades sedan och de som var sanna bekräftades och deltagarna sa vad de trodde både före och efter resultatet om vilka som var sanna eller falska. Deltagarna var både republikaner och demokrater men blev uppdelade i två grupper, där ena gruppen var republikaner som stödde Trump och andra gruppen var demokrater och republikaner som inte stödde Trump.

Resultatet från experimentet visade att republikaner som stödde Trump trodde mer på informationen när det var utskrivet att Trump var källan, och det var motsatsen för demokrater. Resultatet på huruvida deltagarna ändrade sina åsikter efter att informationen hade bekräftats som falsk eller sann visade att majoriteten av deltagarna faktiskt ändrade sina åsikter när de fick informationen från en partipolitiskt obunden källa. Deltagarna blev presenterade för informationen igen efter en vecka, och då verkade deltagarna återgå till att tro på sina ursprungliga antaganden, vilket innebär att när väl falska nyheter finns i den offentliga sfären så är det svårt att korrigera åsikter med faktabaserad information. Vidare visades det i resultatet att republikaner som stödde Trump visade högsta nivå på att fortfarande tro på informationen även efter korrigeringen. Till sist så ändrades inte röstningsbeteendet hos väljare av Trump även efter att informationen hade blivit bekräftad eller korrigerad, detta innebär att de som stödde Trump inte är särskilt bekymrade om det han säger är sant eller falskt. Det generella resultatet visade att individer, oavsett partipolitisk ställning, blir partiska i relation till sin egen världsbild, snarare än att det är speciella skillnader mellan republikaner och demokrater

Oavsett partipolitisk tillhörighet så tog både republikaner och demokrater sina åsikter om Trump i åtanke när de såg hans uttalanden. Författarna anser även att om man blir utsatt

för falska nyheter lär det inte påverka hur man väljer i majoriteten av fallen, det är den tidigare existerande världsbilden som kommer att bestämma.

Guess m.fl. (2020) resultat visade att de som konsumerar falska nyheter har mer polariserade känslor mot någon av de politiska partierna. Resultatet visade också att ifall man konsumerar falska nyheter kan det uppmana till starkare polariserade attityder mot partierna. Forskarnas resultat gav även att det fanns en starkare koppling mellan republikaner och att konsumera falska nyheter än vad det fanns mellan demokrater och att konsumera falska nyheter. Undersökningen om exponering för olika typer av artiklar visade att demokrater fann den falska nyheten som var Pro-Republikaner mer sann än nyheten för Pro-Demokrater. Oavsett vilken ideologi individerna identifierade sig mest med, så kommer individerna vara partiska i förtroendet för politiskt falska nyheter.

### Third-Person effect

Ven-hwei och Wei (2010) studerade hur kön har en roll TPE när det kommer till pornografi på internet. Även denna studie fann att respondenterna tror att pornografi har en större negativ effekt på andra än på dem själva. Dessa uppfattningar ledde till att respondenterna uttryckte ökat stöd för censur.

Rojas m.fl (1996) genomförde en enkätstudie med respondenter från ett universitet i USA. Författarna undersökte avvikelser mellan uppfattade medieeffekter på sig själva och andra, i relation till att vara positiv till censur inom tre områden. Områdena är medier generellt, våld på tv och pornografi. 133 studenter svarade på enkäten. Resultaten visade att TPE är högt närvarande inom masskommunikation. Författarna såg även att klyftan mellan den upplevda första- och tredjepersonseffekten ökar, och att individer är mer sannolika att vara positiva till censur idag. Detta var genomgående för alla tre områden. Förstapersonseffekten innebär endast den upplevda effekten av något på sig själv. Att vilja censurera innehåll för andra är lika med att vara rädd för innehållets eventuella påverkan på andra.

Wei m.fl (2008) utvidgade forskningen inom TPE till nyhetsbevakningen inom hälsoområdet. De undersöker de perceptuella och beteendemässiga komponenterna inom TPE. Detta gör de genom att använda data från en opinionsundersökning som berörde fågelinfluensan. Undersökningen involverade 1107 högskolestudenter i Taiwan. Resultatet från studien visade att studenterna tenderar att tro att nyheter om fågelinfluensan påverkar andra mer än sig själva. Att utsättas för nyheter om fågelinfluensan bidrog dock



till att minska klyftan mellan uppfattad påverkan på sig själv och uppfattad påverkan på andra. Här visade även resultaten att effekterna av att se nyheterna gjorde att man själv aktivt vidtog åtgärder i att söka information om fågelinfluensan och vaccinera sig. TPE i detta sammanhang visade att man inte trodde att andra vidtog samma åtgärder.

## Förtroende för nyheter på sociala medier

Under de senaste åren har sociala medier blivit en populär nyhetskälla som allt fler personer vänder sig till. Sociala medier skiljer sig från traditionella medier då människor exponeras för innehåll från en stor mängd olika källor, detta leder till att de exponeras för både sånt som är sant och sånt som är falskt. Sterrett m.fl (2019) genomförde en surveyanalys med experimentella inslag där de lät amerikaner få titta på innehåll som har lagts upp av en pålitlig respektive opålitlig källa. Studien syftar till att få reda på vad som gör att människor litar på nyheter de ser på sociala medier.

När det kommer till hur människor tar del av nyheter har en viktig förändring skett, från traditionella medier till sociala medier. Det har länge varit viktigt för forskare att förstå vilka faktorer som faktiskt påverkar människors förtroende för sociala medier. Hand i hand med detta finns den växande oron kring fake news snabba spridning. Sterrett m.fl (2019) beskriver hur 75% av amerikaner säger att de får sina nyheter från sociala medier oavsett deras ålder, kön och etnicitet. Dock finns det mycket traditionell nyhetsrapportering på sociala medier, det måste alltså inte vara endast fake news som dessa amerikaner konsumerar. Fortsättningsvis är nyheterna vi ser på sociala medier ofta i form av ett inlägg från en person blandat med kommentarer och det är därför svårt för oss att veta vilken som är originalkällan. Under de senaste åren har medieförtroendet sjunkit, samtidigt som sociala medier ger människor lättare åtkomst till fler källor med mer information än något annat medium kan erbjuda (Sterrett m.fl., 2019). Enligt Sterrett m.fl (2019) har tidigare forskning visat att hur individer utvärderar källor eller nyheter påverkar hur den informationen påverkar individernas attityder och beteenden. Baserat på detta testar Sterrett m.fl (2019) hur två faktorer av nyheter på sociala medier påverkar människors uppfattningar om nyheter. Dessa två faktorer är personen som delar nyheten och mediekällan som rapporterar den.

Hypoteserna som Sterrett m.fl (2019) för fram är att människor tenderar att lita på nyheter från källor de litar på eller ser som pålitliga sedan tidigare. Mängden förtroende påverkar hur människor tar emot nyheterna och vilka de ser som sanna respektive falska. När vi ser en nyhet på sociala medier behöver vi processa informationen och beroende på i vilka

kontexter eller situationer vi befinner oss i använder vi olika förhållningssätt, ibland är vi mer engagerade i informationen och tar oss tid att förstå den, men andra gånger är vi mindre uppmärksamma och tar gärna genvägar för att bli klara med processen snabbare. Två genvägar människor ofta använder för att avgöra hur man ställer sig till nyheten är vem som delar denna information och vad som är originalkällan. Människor tenderar att söka efter likasinnade eller opinionsledare när vi avgör vilken information vi vill ta del av.

Sterrett m.fl (2019) kom fram till att personen som delar nyheten har en stor inverkan på både förtroende och engagemang, medan originalkällan endast påverkar engagemanget. De fann även att människor tenderar att lita mer på offentliga personer och nyheter som en offentlig person de tycker om har delat. De nyheter som vi ser på sociala medier har ofta filterats genom många personer, från exempelvis originalkällan till vår vän som delar nyheten. Detta skapar en oro för desinformation som infiltrerar plattformarna och tar sig in i den offentliga sfären. Sterrett m.fl (2019) kom även fram till att det inte finns någon skillnad i förtroende för en nyhet som kommer från en fiktiv källa jämfört med en äkta källa. Sammanfattningsvis visar denna studie på den stora makt som offentliga personer besitter när det kommer till att forma opinionen.

## **Teoretiskt ramverk**

Nedan kommer de teorier som tillämpas i studien att förklaras. Teorierna som har valts ut för studien är Third-Person Effect och Uses and Gratification. Teorierna beskrivs generellt och sedan följer en beskrivning om hur de kommer att tillämpas i vår studie.

### **Third-Person Effect**

Third-Person Effect, eller TPE, undersöker åsikter om mediers påverkan. Istället för att titta på mediers påverkan på åsikter undersöker TPE åsikter om mediers påverkan. Teorin menar inte att medier påverkar uppfattningar, utan antyder att uppfattningar kan forma medier. Perloff (2002) säger att majoriteten av människor som beskriver hur medier har en påverkan menar att medier inte påverkar dem själva, utan istället att medier påverkar andra individer. Enligt TPE finns det en obalans i detta. Att jag inte tror att medier har en påverkan på mig själv men att det såklart påverkar andra. Om det stämmer att "andra" påverkas så är det därmed ett faktum att jag själv påverkas, även om jag inte själv tror det (Perloff, 2002). "Tredje Person" kommer från förväntningen om att ett meddelande inte kommer ha den största påverkan på "mig" eller "dig" men på "dem". Individer tenderar

att överskatta effekten massmedier har på andra eller underskatta de effekter massmedier har på en själv, eller både och.

Hypotesen inom TPE har två delar: "The perceptual hypothesis" och "The behavioural component". The perceptual hypothesis hävdar att människor antar att kommunikation påverkar andra mer än en själv och The behavioural component föreslår att människors förväntningar av mediernas effekter på andra leder till att de vidtar åtgärder. Kanske för att de vill motverka de förutspådda effekterna. Ett exempel på detta är hur aktivister oroar sig för effekterna av kontroversiella filmer, provokativ konst och rapkulturen. De är övertygade om att allt detta kommer att påverka en tredje person. TPE hänger ihop med föreställningen om att vi varje dag upplever mediernas negativa effekter. Samtidigt förnekar vi att medier ska ha påverkat oss och kan ofta inte komma på en enda gång där massmedier har förändrat vårt sätt att tänka. TPE har sannolikt funnits sedan flera tusen år tillbaka men har först nu i vårt moderna mediasamhälle stora konsekvenser. Tidigare var människors upplevelser av världen begränsade till den by de bodde i. Det fanns ingen möjlighet för åsikter att spinna iväg och påverka resten av världen i den utsträckning det gör idag. Idag har den allmänna opinionen en stor inverkan på politiskt och socialt beteende, och påverkar exempelvis politiska val. TPE har kopplingar till psykologin och hänger ihop med det socialpsykologiska konceptet "risk", speciellt tendensen att separera dömande åsikter med risk för en själv och samhället i stort. Det är även sammankopplat med teorier om "unrealistic optimism" som syftar till människors tendenser att anta att de är bättre än gemene man, och mindre benägna att bli sårade än alla andra. Dessa typer av optimistiska fördomar hjälper oss att uppleva att vi har kontroll över sådant som vi inte kan kontrollera (Perloff, 2002).

TPE och dess tankar och idéer kan i allra högsta grad påverka samhället och dess invånare. En effekt forskare har sett är att TPE uppfattningar kan leda människor till handling. Exempelvis hur aktivister ibland försöker få regeringen att förbjuda vissa böcker eller filmer som de anser har en skadlig påverkan på allmänheten. Sett till ett ännu större perspektiv påverkar TPE hur vi alla ser på andra grupper och vilka uppfattningar vi har om dem. Tanken om att andra inte är lika motståndskraftiga mot påverkan kan skapa ett splittrat samhälle där alla sätter sig själva på en pedastal och ser ner på andra grupper när det i själva verket är så att vi alla är lika utsatta för mediernas påverkan (Perloff, 2002).

Teorin kommer att tillämpas i utformningen av intervjufrågor och för att urskilja hur respondenterna resonerar kring sin egen och andras påverkan av fake news. Det bidrar med ett perspektiv som hjälper oss att förstå hur människor uppfattar effekter av medier och

mer specifikt fake news. TPE kommer att ha som roll att hjälpa oss se om respondenterna värderar sig själva och andra olika i relation till hur fake news påverkar politiska ståndpunkter.

## Uses and Gratification

Uses and Gratification omorganiserar den traditionella synen på relationen mellan medier och dess publik vilket antyder att medier har någon typ av effekt på publiken. Uses and Gratification vänder på synsättet och menar istället att publiken själva väljer vilken typ av mediekanal och innehåll att bruka beroende på de specifika behov som de har i stunden (Sullivan, 2019). En av den tidigaste forskningen inom detta är Katz m.fl (1973) som undersökte publikanvändning i flera olika typer av medier. De menade att individer har förutbestämda behov i sin medieanvändning. Katz m.fl (1973) organiserade dessa behov in i fem olika kategorier. Det första är kognitiva behov, vilket innebär behov som leder till att stärka sin information, kunskap och förståelse. Det andra är affektiva behov som är behov relaterat till att stärka estetiska upplevelser, och bidra till en njutbar och känslomässig upplevelse. Det tredje är integrerande behov som leder till att stärka kredibilitet, status och självförtroende. Det fjärde är sociala behov, såsom att stärka kontakt med familjen, vänner eller världen. Det femte och sista är flykt, behov som är relaterade till att fly, men också minska kontakten med sig själv. Det Katz m.fl (1973) kom fram till genom sin forskning var att olika typer av medier fyllde olika typer av behov.

Forskningen antar ett funktionellt perspektiv på publik aktivitet. Det funktionella perspektivet är ämnat till att förstå varför människor gör som de gör. De anser att människor är rationella individer som gör aktiva beslut, som sedan kan placeras in och bli förstådda i sociala kontexter. Forskningen utgår ifrån fem stycken antaganden. Det första är att publiken anses vara aktiv och att medieanvändningen baseras på användarens mål. Det andra är att användaren sammankopplar sitt behov med ett specifikt medieval. Användaren väljer därmed form av medie utifrån ett behov. Det tredje antagandet är att massmedier tävlar med andra behovstillfredställande källor. För att mätta ett och samma behov kan det till exempel göras genom att se på tv, scrolla på Instagram eller prata med en kompis. Det fjärde är att publiken är medveten om deras egna behov och motivationen bakom ett val av media och kan även kommunicera detta. Det femte antagandet är att Uses and Gratification används för att förstå publikens orientering till olika medier baserat på deras egna behov, och inte att döma människors medieval. De fem antaganden bidrar till en användarcentrerad inställning för att förstå mediepubliken. Publiken tänks vara

självmédvetna nog angående sina medieval för att kunna kommunicera detta till utomstående forskare. (Sullivan, J. L, 2019)

Fokuset på behov är något som ligger som basen för forskningen. Uses and Gratification följer en serie logiska steg för att se ett behov. Det börjar med ett "socialt och psykologiskt ursprung" som sedan genererar "förväntningar" på massmedier, som leder till "olika mönster av mediaexponering" och resulterar i "tillfredsställelse av behov." (Katz m fl, 1974, s.20) Problemet med forskningen är att den kan vara känslig för utomstående faktorer såsom den sociala miljön. Till exempel så kan du välja att se på en film för att umgås med din vän, och samtidigt inte vara intresserad av filmen. Därmed väljs en typ av media, men inte för ditt intresse i mediet, utan för utomstående intressen.

Uses and Gratification kommer att tillämpas för att utforma vår förberedande enkät där fokuset ligger på att kartlägga respondenternas medieanvändning och deras relation till medier. Med Uses and Gratification kan vi även diskutera respondenternas medieförtroende och vilka behov som styr deras medieanvändning. Behoven av att konsumera nyheter men även att inte konsumera nyheter diskuteras. Genom att kartlägga medieanvändning kan vi förstå respondenternas nyhetskonsumtion och med tanke på att falska nyheter är en del av dagens medielandskap vill vi förstå respondenternas förhållningssätt till detta.

## Metod

### Semistrukturerad intervju och förberedande enkät

Denna studie syftar till att undersöka hur politiskt aktiva svenskar mellan 20-30 år uppfattar att fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter. I detta sammanhang syftar "politiskt aktiva" på unga vuxna som är medlemmar i politiska ungdomsförbund. Syftet studeras med hjälp av en semistrukturerad intervjustudie med tillhörande förberedande enkät som lämpar sig väl för syftet då det tillåter oss att få ta del av intervjupersonernas egna åsikter och tankar om fake news och dess effekter. Den förberedande enkäten hjälper även respondenterna att börja fundera kring sina medievanor och hur de egentligen ställer sig till nyheter generellt.

Vi har valt en semistrukturerad intervju och formulerat frågor för att besvara studiens frågeställningar. Den semistrukturerade formen av intervjuer valdes för att nå en öppenhet i svaren från respondenterna och öppna upp för ytterligare diskussion (Ekström & Larsson,

201:114). Kvalitativa intervjuer lämpar sig väl när man vill studera människors erfarenheter och deras sätt att förstå upplevelser och förhållanden. Det centrala är att man söker kunskap om människors egen verklighet på det sätt som de beskriver den och det man strävar efter är att komma så nära respondenternas vardagliga situationer som möjligt (Ekström & Larsson, 2019). Kvalitativa intervjuer skiljer sig från vardagliga samtal då respondenterna redan har bestämda roller och samtalet genomförs för ett bestämt syfte. Kombinerat med den kvalitativa intervjun valde vi att använda oss av en enkät i förberedande syfte. Johansson och Karlsson (2019) menar att enkäten syftar till att studera attityder eller beteenden hos en större grupp människor, och till skillnad från den kvalitativa intervjun så genererar inte detta djupgående svar. Till en början var tanken med denna enkät att den skulle efterlikna en mediedagbok där respondenterna skulle få beskriva hur de använder medier dagligen. När metoden sedan utarbetades ytterligare insåg vi att vi kunde uppnå de svar vi önskade från mediedagboken i intervjuerna. Vi valde därför att utforma en förberedande enkät och på grund av att den endast syftar till att förbereda respondenterna kommer den inte att inkluderas i analysen.

Studiens upplägg grundar sig alltså i en kvalitativ intervjustudie kombinerat med en kortare enkät för att kunna besvara frågeställningarna på ett ingående sätt. Genom att kombinera dessa två metoder så kunde vi lättare förbereda respondenterna för att kunna fundera djupare kring fake news och få de detaljerade svar vi önskade under intervjun.

### Utformningen av intervjuguide och förberedande enkät

För att besvara studiens syfte så används intervjufrågorna och relationen mellan dessa är viktigt för studiens kvalitet. Målet med formuleringen av intervjufrågorna är att de både ska vara öppna och direkta, blandningen av dessa två kan bidra till öppna diskussioner men även en säkerhet att vi får de svar vi behöver för att kunna besvara våra frågeställningar.

Några dagar innan intervjun med respektive respondent skulle genomföras skickades en kort enkät om deras medieanvändning ut. Denna enkät bestod av ett fåtal ja eller nej-frågor samt frågor med fasta svarsalternativ kring respondenternas medieanvändning och nyhetskonsumtion. Det gavs flera alternativ baserat på vilka plattformar som används, hur många timmar per dygn respondenten använder medier och om nyhetskonsumtionen ökar under vissa perioder. Som tidigare nämnt syftar denna enkät endast till att förbereda respondenterna och få dem att börja fundera kring ämnet som skulle diskuteras i intervjuerna. För att nå djupgående och nyanserade svar i intervjuerna ansåg vi det vara

bäst att förbereda respondenterna på vilken typ av ämne som skulle beröras just för att vi inte tror det vara särskilt vanligt att aktivt fundera kring sin nyhetskonsumtion i vardagen.

Intervjuguiden har blivit utformad med hjälp av teori och tidigare forskning och är därmed kopplad till TPE och Uses and Gratification. Med tanke på Uses and Gratification har vi fokuserat på frågor som börjar med “vad” och “hur”. I vissa fall användes även uppföljningsfrågor för att nå en djupare diskussion med respondenten och vi båda använde tystnad för att säkerställa att respondenten hade fått tala till punkt. Intervjufrågorna testades även i två pilotintervjuer (Esaiasson m.fl., 2017:277) för att se om intervjufrågorna var lätta att förstå och om det var något som behövde formuleras om. Pilotintervjuerna var även till för att se om vi kunde nå de svar vi förväntade oss utifrån frågeställningar och studiens syfte. Personerna som intervjuades i pilotintervjuerna var individer som inte var så insatta politiskt och inte hade en bred uppfattning om vad fake news är vilket bekräftade våra förväntningar om att vi behövde politiskt insatta individer med nära anknytning till nyheter och nyhetsmedier för att nå de nyanserade svar vi var ute efter.

För att minska eventuell påverkan från oss som forskare valde vi att ha intervjuerna på Zoom där respondenterna fick välja sin egen miljö vilket vi ansåg bidrog till en högre bekvämlighet och en mer avslappnad stämning under intervjun. Snitttiden för alla intervjuer var cirka 30 minuter och efter två av intervjuerna så plockades en till två frågor bort för att svaren gick att nå via resterande frågor och att de frågor som togs bort endast blev en upprepning i respondenternas svar. Ordningen som frågorna ställdes i kan också variera med viss grad just på grund av att respondenternas svar skiljde sig, ändringen av ordningen gjordes alltså för att samtalet skulle flyta på bättre. I sig bedöms inte ordningsföljden påverka individernas svar utan minskade endast mängden upprepning. Det möjliggjorde istället för bättre följdfrågor. Därmed kunde intervjufrågornas ordningsföljd anpassas för att bäst passa intervjusituationen.

## Urval

Urvalet som har gjorts från studien är baserat på att vi behövde politiskt aktiva unga svenskar med någon typ av uppfattning av fake news och dess innebörd. Urvalsprocessen började med att vi hörde av oss till ungdomsförbund över hela det politiska spektrumet för att få så stor variation i ideologisk tillhörighet som möjligt. Av dessa fick vi svar från SSU (Socialdemokraternas ungdomsförbund), MUF (Moderaternas Ungdomsförbund) och CUF (Centerpartiets Ungdomsförbund). Målet var att nå tre individer som röstar åt vänster och

tre som röstar åt höger. Resultatet blev tre individer från SSU, en från MUF och två från CUF. För enkelhetens skull så kommer vi att betrakta CUF och MUF som stående till höger och SSU till vänster. Detta enligt bild 1 som visas nedan (Forskning & Framsteg, 2016). Fortsättningsvis i studien så är respondenterna ett, två och tre individer med högersympati och respondenterna fyra, fem och sex individer med vänstersympati.

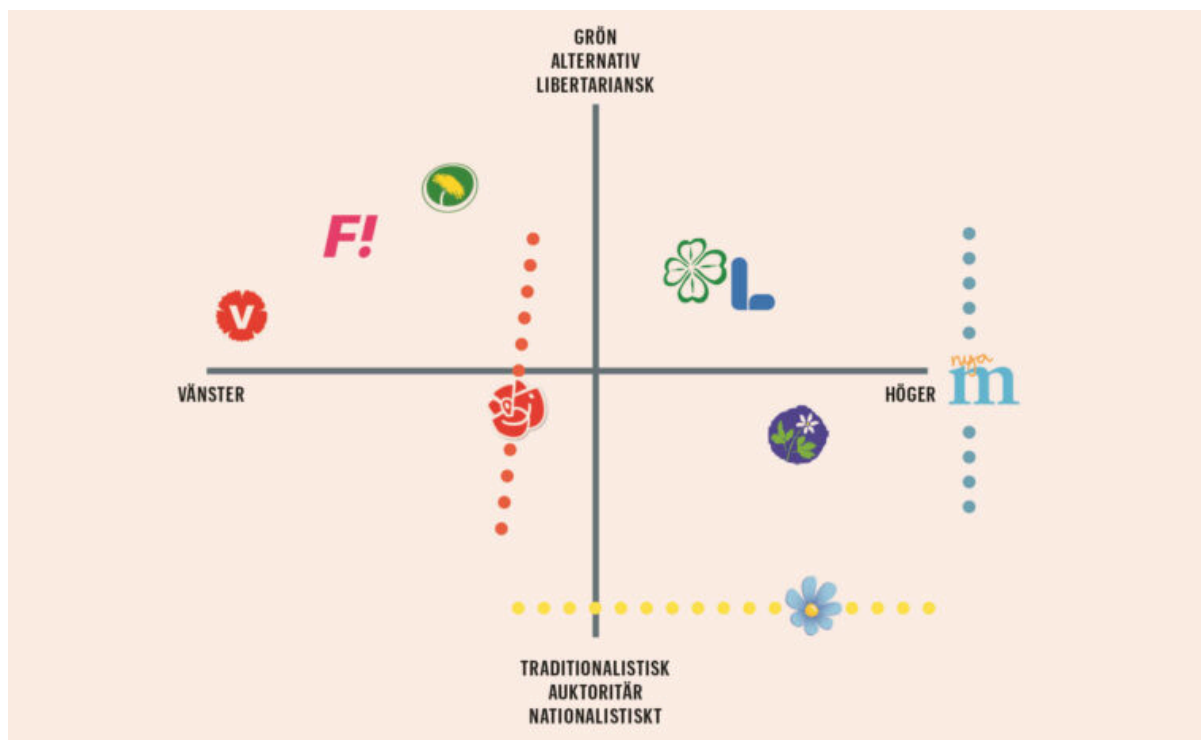


Bild 1: De svenska partierna sommaren 2016. Forskning och framsteg, 2016.

Anledningen till att vi vände oss till politiskt insatta personer är för att vi anser att det bidrar med en medvetenhet om politik i kombination med medier och fake news som i sin tur kunde ge oss mer nyanserade svar i jämförelse med gemene man. Uppdelningen mellan personer med partisympati till vänster respektive höger gjordes för att undersöka om det finns någon skillnad i vilken uppfattning respondenterna har om fake news påverkan beroende på deras ideologiska tillhörighet. Leyva och Beckett (2020) menar att människors tidigare politiska åsikter starkt orienterade deras kandidatåsikter och röstningsbeteenden. Morris, D. m.fl. (2020) menar att människor till höger på det politiska spektrumet tenderar att vara mer mottagliga för desinformation än de på det vänstra sidan av spektrumet. Vi ansåg det därmed vara intressant att se vad respondenterna med vänstersympati och respondenterna med högersympati hade för tankar angående ideologisk tillhörighet och falska nyheter.



När det kommer till ålder valde vi att intervjua individer mellan 20–30 år. Denna avgränsning gjordes då mediekonsumtionen av sociala medier är högre hos yngre individer (Svenskarna och internet, u.å) och vi drar då slutsatsen att de har en större generell uppfattning om hur klimatet ser ut på sociala medier.

### Tillvägagångssätt för analys

För att formulera vår analys har vi utgått från teorin TPE och Uses and Gratification, dessa teorier förklaras mer ingående under rubriken teoretiskt ramverk. Teorierna användes för att urskilja teman i respondenternas svar som sedan användes för att skapa underrubriker. Utöver dessa två teorier användes även en vetenskaplig artikel som berörde hur individer värderar information de tar del av på sociala medier (Sterrett m.fl, 2019). Intervjufrågorna som har ställts till respondenterna är skapade utifrån teorierna och tidigare forskning, dessa blev i sin tur uppdelade i teman som vi kunde urskilja under arbetet med resultat och analys.

Analysens första tema “Nyhetskonsumtion och uppfattning om vad fake news är” berör respondenternas svar på de frågor vi ställde angående deras nyhetskonsumtion på sociala medier, deras förtroende för detta och vad de tror om fake news. Frågorna kring nyhetskonsumtion baserades på Uses and Gratifications tankar kring hur relationen mellan medier och publik ser ut, och vilken effekt publiken har på medier. (Sullivan, 2019) Vidare konstruerades tre underrubriker till detta tema. “Fake news och medieförtroende”, “I kontaktnät” och “Från opinionsledare”. Bakgrunden till valet av underrubriken “Fake news och medieförtroende” var att vi kunde samla respondenternas svar kring uppfattningen av fake news och deras egna medieförtroende då många av svaren gick hand i hand, och detta gav oss även en inledning till hur respondenterna ställde sig till fenomenet i stort. Den andra underrubriken “I kontaktnät” urskiljdes med grund i Sterrett m.fl (2019) artikel om hur individer värderar information högre om det delas från någon i deras kontaktnät. Denna information hade vi innan vi skapade intervjuguiden, och kunde efter intervjuerna se samband mellan artikelns resultat och respondenternas svar. Vi hade endast en fråga som rörde respondenternas tankar kring sitt förhållningssätt när en person i deras kontaktnät delade information, och därmed fick rubriken heta “I kontaktnät”. Nästkommande rubrik “Från opinionsledare” utgår också ifrån Sterrett m.fl (2019) resultat att individer värderar information som kommer ifrån opinionsledare som de värderar högt som mer trovärdig än information som kommer från annat håll. Även i detta fallet hade vi

endast en fråga som ställdes till respondenterna och rubriken fick därmed namnet “Från opinionsledare”.

Analysens andra tema “Uppfattad påverkan av fake news på politisk ståndpunkt” berör de frågor från intervjuguiden som ställdes för att få en uppfattning kring respondenternas uppfattning av nyheter, fake news och huruvida detta påverkar deras politiska ståndpunkt. Detta temats första underrubrik är “Påverkan på respondenten själv”. Denna underrubrik är utformad med hjälp av TPE, då det vi ville förstå var hur respondenterna värderade sin egen uppfattade påverkan av fake news på sin politiska ståndpunkt och om detta gick i linje med TPE:s idéer. Dessa idéer är närmare beskrivna under kapitlet teoretiskt ramverk. Temats andra underrubrik “Påverkan på andra grupper” har även det sin grund i TPE och dess tankar kring att individer tror att andra grupper är mer sårbara för påverkan än individen själv. Denna underrubrik samlar de frågor som rör respondenternas uppfattning kring påverkan på andra gruppers politiska ståndpunkt när det kommer till fake news.

Analysens tredje och sista tema är “Uppfattad påverkan av fake news på samhället och uppfattningar om ideologisk tillhörighet”. I detta tema behandlas frågor som rör hur respondenterna uppfattar hur samhället i stort påverkas av fake news. Temat samlar därmed de intervjufrågor som berör ett större helhetsperspektiv och hjälper oss dra slutsatser kring vilka grupper respondenterna tror är mer utsatta för fake news. Temats första underrubrik “Ideologiska tillhörigheter” berör respondenternas uppfattningar kring vilka grupper som aktivt konsumerar och är mest utsatta av fake news kopplat till ideologisk tillhörighet. Detta gjordes för att resultat från tidigare forskning visade att ideologisk tillhörighet kan vara en bidragande faktor till att man konsumerar mer fake news. Temats andra underrubrik är “Samhällelig påverkan” och sammanfattar respondenternas tankar kring hur fake news påverkar samhället i stort. Här kunde vi dra ytterligare paralleller med TPE då vi kunde fånga upp respondenternas funderingar kring andra människor i sin helhet, vilket gör det enklare för dem att spekulera om fake news påverkan än att dra slutsatser kring en specifik grupp i samhället.

### Forskningsetiska överväganden

Vid en studie är det viktigt att man som forskare inser sin roll och vilka principer man ska följa för att uppnå god forskningssed. Forskningsetiska överväganden innebär att forskaren behöver finna en balans mellan alla olika legitima intressen. Detta innefattar bland annat kunskaps- och integritetsintresset. Detta utgår från forskarnas förmåga att reflektera kring den egna forskningen ur ett etiskt perspektiv (Vetenskapsrådet, 2023). En viktig del i att ta

hänsyn till de forskningsetiska överväganden är att studien ska genomsyras av ärlighet. Ärlighet i denna bemärkelse är att vi öppet ska rapportera våra resultat samt analysera dem på ett objektiva sätt. För att vår studie ska uppnå detta har vi varit noga med val av intervjupersoner, och att det är individer som vi inte känner eller har någon anknytning till. Något som Esaiasson m.fl (2017:268) har uttryckt som ett kriterium är att intervjupersonerna är för oss främlingar, få i antal och inte subjektiva experter.

Övriga överväganden som gjordes var att respondenterna skulle förbli anonyma då vi ser det som ett ansvar gentemot de som medverkade i forskningen. Respondenterna blev informerade innan intervjuerna att de skulle förbli anonyma samt att innehållet som spelades in från intervjuerna skulle raderas efter transkribering. Vi sökte därmed även ett godkännande gällande inspelning. Anledningen till att vi informerade om detta var för att skapa en trygghet hos respondenten att få tala fritt om sina egna uppfattningar. Med tanke på att politik och människors ideologiska tillhörigheter är ett ämne som kan uppfattas som känsligt så ville vi inte att respondenterna skulle behöva sammankoppla sina svar med sin politiska ställning inför alla som kan komma att läsa detta arbete.

### Metodkritik

I en intervjustudie så kan det tillkomma konsekvenser i svaren beroende på respondenternas dagsform och eventuell påverkan från forskaren i form av styrning i frågorna. Denna typ av påverkan kallas intervjuareffekten vilket alltså innebär att respondentens svar kan skifta beroende på en mängd olika faktorer. Det kan handla om vem som frågar, omedveten påverkan i form av kroppsspråk eller respondentens kön, för att nämna några. Med detta sagt bör man inte överdriva risken av denna typ av påverkan (Esaiasson m.fl., 2019). Målet med intervjufrågorna var även att de skulle vara öppna och låta respondenterna reflektera över sina egna tankar.

Fake news är även ett begrepp som är känt men inte något som behöver betyda att man har någon uppfattning kring. Därmed inleddes alla intervjuer med att fråga vad respondenterna har för uppfattning kring fake news och om det är något respondenterna känner igen sedan innan. För att öppna upp för denna diskussion användes även enkäten med korta frågor om medieanvändning och nyhetskonsumtion. Detta kan ha bidragit till att respondenterna sedan kände sig mer bekväma att diskutera ämnet fake news då de en kort tid innan intervjuerna behövde fundera över ämnet.

En kritik som kvalitativa intervjustudier ofta får möta är att studien inte kan ge generaliserade kunskaper. Studien bidrar därmed inte till ett statistiskt representativ för en hel population eftersom att ett helt annat urval av respondenter möjligtvis hade kunnat ge andra svar och åsikter. När vi arbetar fram mönster ur materialet i resultatdelen letar vi efter likheter och skillnader mellan grupperna med olika politiska sympatier. Huruvida vår exploration av likheter och skillnader också är statistiskt representativ för dessa grupper i allmänhet skulle behöva testas i en kvantitativ uppföljningsstudie. För att uppnå ett vetenskapligt förhållningssätt är det viktigt att man som forskare är försiktig i sina generaliseringar då det kan vara uttryck för myter och fördomar. Trots detta så kan kvalitativa intervjuer bringa kunskap om olika fenomen som inte tidigare har beskrivits.

### Kvalitet och tillförlitlighet

För att uppnå god kvalitet har det gjorts mycket funderingar för att uppnå preciserade frågeställningar och den högsta grad av transparens som vi kan nå. Under tiden har frågeställningarna ändrats för att möta resultatet från intervjuerna och för att passa syftet och metoden på ett genomgående sätt. Resultaten har sedan analyserats med hjälp av tidigare forskning och de teorier som används för studien. Med detta har vi försökt att nå en transparens mellan resultatet och våra egna förväntningar.

Något som kan ha påverkat studiens kvalitet är faktorer som i sig har påverkat resultaten. Som vi tidigare nämnt är det kanske inte det vanligaste att fundera kring sin nyhetskonsumtion och vad fake news har för påverkan på sig själv och samhället i stort. Trots detta bedömer vi att respondenternas svar har varit ärliga baserat på hur de svarade på frågorna i stunden. I relation till tidigare forskning kunde vi se att respondenternas tidigare erfarenheter kan ha påverkat deras bild av fake news. Däremot bedöms inte detta vara något som har påverkat studiens kvalitet utan det ses snarare som något positivt då respondenternas olika erfarenheter kan ge oss en stor variation i svaren. För att minska påverkan på respondenternas svar höll vi oss strikt till frågeformuläret för att undvika ledande frågor. De enda modifieringar som gjordes var ordningen frågorna ställdes samt följdfrågor som utvecklade respondenternas svar ytterligare.

För att uppnå teoretiska generaliseringar har vi använt oss av ett strukturerat urval respondenter som passar för studiens syfte. Med detta kan vi bidra med kunskap om generella kulturer och diskurser inom medie- och kommunikationsvetenskapen (Ekström & Johansson, 2019:16) . I denna studie möter vi nya resonemang som tidigare studier inte lyft. Hur individer i Sverige resonerar kring fake news och deras upplevda påverkan på sig

själv och samhället är resonemang som det inte forskats om i Sverige tidigare. Studien bidrar möjligtvis inte till resultat som stämmer för en hel population, exempelvis Sveriges befolkning, och vi kan inte hävda att resultaten är speciella för personer till vänster eller höger. Däremot ser vi detta som ett betydelsefullt bidrag för hur fake news speglas i Sverige och att studien kan bidra med möjligheten att skildra nya perspektiv.

Vidare har vi inte så stor erfarenhet av intervjuer. Kvale & Brinkmann (2014) menar att en intervju bygger på en forskares hantverksskicklighet. Möjligheten finns att intervjun hade sett annorlunda ut om en mer erfaren forskare hade bedrivit den då denne möjligtvis hade kunnat få fram högre precision i respondenternas svar. Trots detta bedömer vi att intervjuerna lyckades väl med att få fram svar som svarade väl till studiens frågeställningar och syfte. Respondenternas sätt att svara på våra frågor var relativt jämlika i längd, med viss variation i nyansering och förklaringar. Därmed kunde vissa respondenter bidra med djupare svar än andra. Enkäten ansåg vi bidrog till det som den var ämnad för, att förbereda respondenterna för vad intervjun kommer att handla om och ge oss vidare information om respondenternas medievanor och hur denne resonerar kring nyheter och politik. Den tidigare forskningen i kombination med de teorier som används har legat till grund för utformningen av både enkäten och intervjuguiden.

För att ytterligare resonera kring studiens tillförlitlighet är frånvaro av slumpmässiga och systematiska fel något som kan påverka. Det är eventuella slarvfel i datainsamlingen, missförstånd i intervjuerna eller missförstånd forskarna emellan. Något vi ser som kan bidra till studiens kvalitet är att vissa av respondenternas svar hade kunnat förtydligas eller vidareutvecklas vilket är något som insågs vid transkribering. Däremot hjälpte det att spela in materialet för att kunna gå igenom materialet flera gånger för att på bästa sätt förstå vad respondenterna faktiskt menade. Generellt bidrog inte detta till en påverkan på resultatet i studien.

## **Resultat och analys**

Nedan kommer våra resultat att presenteras och analyseras. För att göra detta har vi utformat olika teman baserat på våra frågeställningar och respondenternas svar. Dessa teman behandlar nyhetskonsumtion och uppfattning kring fake news, uppfattad påverkan av fake news på politisk ståndpunkt och uppfattad påverkan av fake news på samhället och uppfattningar om ideologisk tillhörighet. Dessa teman är även avsedda att svara på våra tre frågeställningar där frågeställning ett besvaras i tema ett, frågeställning två besvaras i

tema två och frågeställning tre besvaras i tema tre. Resultat och analys kommer genomgående att presenteras löpande under respektive tema.

## Nyhetskonsumtion och uppfattning om vad fake news är

Detta temat är ämnat att svara på frågeställning ett “*Hur ser respondenternas nyhetskonsumtion ut och vad uppfattar de att fake news är?*”. För att besvara detta har vi delat upp temat i tre underrubriker. Under *fake news och medieförtroende* besvaras frågor som rör respondenternas allmänna förtroende för sociala medier och nyheter samt deras uppfattning av fake news och dess påverkan. Under *i kontaktnät* berättar respondenterna om deras uppfattningar kring information de får av personer i deras närhet och bekanta. Under *från opinionsledare* behandlas frågor som rör förtroendet respondenterna har för information som når dem via opinionsledare såsom politiker eller andra offentliga individer. Valet av ovanstående två teman beskrivs under “*Tillvägagångssätt för analys*”. Valen av dessa teman baseras på Sterrett m.fl (2019) artikel om hur individer värderar information högre om det dels delas från någon i deras kontaktnät och dels från opinionsledare. Efter alla underrubriker kommer resultaten att analyseras under *Analys av resultat*.

### Fake news och medieförtroende

Gemensamt för samtliga respondenter, både de med politisk lutning åt höger och vänster, var att alla på något sätt tog till sig av nyheterna de konsumerar i sin vardag.

Respondenterna med högersympati kontrollerar faktan de läser genom att kontrollera den mot andra källor, dock mest när det gäller ett aktivt konsumtionsbeteende och mindre när det handlar om ett slökonsumtionsbeteende. Med slökonsumtionsbeteende menar respondent tre att man endast scollar på nöjesappar, och inte aktivt letar efter specifik information. Inom slökonsumtionen tillkommer en viss skepticism angående nyheterna som konsumeras. Respondenterna med vänstersympati känner att nyheter ofta väcker känslor och upprör. Det uppgav även att vissa känslor förstärks av vissa nyheter och att de konsumerar mindre nyheter på grund av att de tar åt sig.

*“Jag brukar tänka att jag ska vara lite källkritisk oavsett vilken media det är. Ser jag något som kan vara kontroversiellt eller intresseväckande försöker jag kontrollera det från minst två olika källor, för att se att rapporteringen är likadan. Helst så går jag gärna och faktiskt kollar på två källor som brukar vara ganska motstående, det kan exempelvis vara att läsa Expressen och Aftonbladet. Man dumkonsumerar ju också på samma sätt när man kanske scollar på*

*Instagram eller TikTok och såklart på nyhetsmedier också. Men om det är något man känner är intressant och att "det här bör jag faktiskt kolla in", då är jag mer aktiv. Det börjar väl vanligtvis i ett mer slökonsumtionsbeteende som sedan övergår till ett aktivt konsumtionsbeteende. Det är ett medvetet beteende när det väl kommer till en aktiv fas" – Respondent tre*

*"Jag har på grund av att jag är så politiskt aktiv stängt av mitt nyhetsintag eller trappat ner lite på det, för jag blir väldigt påverkad av det mesta. Jag brukar bli väldigt påverkad av krönikor, när det är folk som tycker till om nyheter, där är det väldigt lätt att bli påverkad. För där har man ju ofta en egen inställning till saker och så kommer någon annan och skriver något som man håller med om eller inte håller med om. Så det är ju den formen av nyheter som jag mest konsumerar." – Respondent fyra*

Medvetenheten kring vad fake news är finns hos alla respondenterna och detta bidrar till ett lågt förtroende för sociala medier överlag. Det låga förtroendet kommer från att det är svårt att skilja på åsikter och fakta. Trots detta tror respondenterna med högersympati att man är relativt duktig på att sålla. Vidare är respondenterna med vänstersympati medvetna om att det är lätt att dela saker och är rädda för vad fake news kan innebära. De uppfattar även att fake news förekommer i väldigt stor utsträckning och att det ofta används systematiskt. Trots denna medvetenhet tror de alla att de ofta möts av fake news och respondent fyra anser att de just nu är arga och därmed mer sårbara för påverkan. Respondent fem menar dock att denne möts av fake news men inte på så sätt att denne reagerar på det.

*"Min uppfattning är att i och med sociala medier och att allt kan delas så är det mycket lättare att tro på det mesta. Till exempel, Israel och Palestina konflikten, det är jättemycket från båda sidor som kommer ut som man borde ta med en nypa salt egentligen, eller Ukraina och Ryssland. Min stora rädsla är att falska nyheter kan användas som ett vapen för att öka otryggheten i Sverige eller i världen. Hur andra opinionsledare i andra länder kan på något sätt påverka folk så mycket så att krig bryter ut." – Respondent fyra*

*"Nej jag skulle inte säga att jag har högt förtroende för sociala medier, jag tycker väl att speciellt Twitter/X har blivit en riktig jävla slask av åsikter. Jag är ganska kritisk när jag går in på Twitter för att jag vet att väldigt mycket som jag ser behöver jag dubbelkolla, både för att se vem avsändaren är och kanske till och med googla och kolla på andra ställen. Sen är det klart att man kanske har åkt dit också och sett saker som inte stämmer, och kanske fått en bekräftad*

*bild senare, men jag brukar nästan alltid dubbelkolla vem det är som har skrivit det på Twitter.”* – Respondent sex

Respondenterna uppgav delade åsikter när det kom till att själva kunna avgöra vilka nyheter som är sanna eller falska. Respondent ett skulle säga att det är ganska svårt att avgöra. Däremot trycker respondent tre på att man får utföra ett journalistiskt arbete och jämföra källor mot varandra. Respondent två säger att denne har ett visst självförtroende i sitt sätt att avgöra. Respondenterna med vänstersympati anser sig till viss del kunna avgöra vilka nyheter som är sanna eller falska. Respondent fyra menar att det är lättare att avgöra sanningshalten i nyheter som kommer ut om vänstern för att där är denne mer medveten, medan hen berättar att hen har lättare att tro på nyheter om högern.

*“Ja, man har ju något sorts självförtroende så jag tror ändå att jag kan det i alla fall när jag sitter själv. Sen är det klart att om man skulle bli ställd mot väggen så tror jag att man hade vacklat. Men absolut när jag sitter och läser tycker jag mig själv kunna se att något är sant. Det är därför jag börjat läsa Reuters senaste tre åren, de har ju säkert gjort misstag också, men jag anser ändå att det är en betydligt mer trovärdig källa än till exempel Aftonbladet och Expressen.”* – Respondent två

*“Jag tror att jag är mycket bättre på att avgöra vilka nyheter från högerhället om vänstern som är sanna och falska. För där har jag mer känsla av självrannsakan, om de exempelvis sprider lögnen om Socialdemokraterna, då har jag rätt lätt för att gå till grundkällan med det om jag tycker att något låter konstigt. Men det är klart att, eftersom att jag också är arg och frustrerad, också blir lättpåverkad om det kommer nyheter om högern som kan vara falska. Jag och vänstern har samma ideologiska övertygan på något sätt vilket gör att om någon säger att de gör något och det inte känns riktigt rätt för mig, så blir det misstankar om varför denna information kommer. Men eftersom jag inte har samma ideologiska övertygan som högern så blir det mycket lättare för mig att gå på saker. Jag blir mer benägen att tro på saker när det kommer till högersidan.”* – Respondent fyra

Respondenterna med högersympati tror att fake news är ett stort fenomen idag för att det är många aktörer som kan bidra till att det blir så enkelt att dela saker och få spridning väldigt fort. Respondent tre lyfte även att Ryssland har ett aktivt påverkningsarbete där man försöker polarisera Sverige. Respondenterna med vänstersympati lyfter ett annat perspektiv och menar att det är stort på grund av den tidsålder vi lever i. Alla menar att information idag sprids väldigt fort och det är lätt att nå ut till folk, de menar även att otrygghet skapar stark opinion. Det är mer gynnsamt att sprida falska nyheter med starka



åsikter för att locka personer och opinionsbilda, än att vara snäll och ärlig. Att skilja mellan oberoende nyheter och aktiva desinformationskampanjer ansåg respondenterna med högersympati som svårt. Dels för att respondent ett och två inte var särskilt insatta. Däremot var de medvetna om att det är otroligt lätt att sprida desinformation. Respondenterna med vänstersympati tror sig däremot kunna skilja på oberoende nyheter och aktiva desinformationskampanjer, däremot säger respondent sex att hen anser det vara svårare när nyheterna inte är inrikespolitiska.

*“Att fake news är ett stort fenomen idag är väl för att det är så enkelt att sprida saker snabbt och få stor spridning väldigt snabbt. Det finns väl en del som är att överdriva för att få större spridning och fler klick och en annan del som är att man har en stark åsikt och vill framföra den och då inte bryr sig så mycket om fakta”. Respondent ett*

*“Jag tror att det handlar mycket om att otrygghet skapar en stark opinion. Att det handlar om att oavsett från vilken sida det kommer ifrån så handlar det om att påverka folk och att få med folk på sin sida, och att det har blivit en stämning oavsett med vilka jag pratar med oavsett från vilken sida de kommer ifrån att vi står inför ett ödesval nästan. Att vi står inför att saker kommer att förändras på riktigt nu, och då har man en större desperation att få med folk då man inte vill att några andra ska få den makten. Sen tror jag också att det handlar om krig, och till exempel att Ryssland har spritt falska narrativ om till exempel Sverige, och de vinner på det genom att få fler allierade i sitt krig.” – Respondent fyra*

*“Ja, jag kan sålla rent personligen mellan nyheter och desinformationskampanjer, då min inställning är att man måste ha is i magen. Det är väldigt lätt att se en bild eller video eller så, tagen ur sitt kontext och låta det väcka massa känslor och man triggas igång typ. Jag tror ändå att jag är hyfsad på att särskilja.” – Respondent fem*

När det kommer till huruvida fake news har en påverkan på respondenterna generellt så ansåg respondenterna med högersympati att det påverkar dem till viss del. De uppfattade däremot mest påverkan på så sätt att man är mer skeptisk till sociala medier. Det finns även en viss fundersamhet kring att en lägre nyhetskonsumtion bidrar till att man tror mer på det man läser och därmed blir mer påverkad av det. Respondenterna med vänstersympati anser sig bli påverkade av falska nyheter, och här menar respondent fyra att det påverkar genom att man blir utmattad för att man behöver motarbeta det medan respondent fem menar att hen säkert ser förbi mycket som egentligen är falskt och på så sätt påverkas av det.

*“Ja, för att det blir så att om det kommer en nyhet om partiet så blir det mig som folk frågar. Så det blir utmattande.” – Respondent fyra*

*“Det har det säkert, man stöter väl på människor då och då, kanske mest bekanta eller släktingar som har tagit del av fake news och accepterat det som sin världsbild. Jag har säkert sett massor av fake news eller videor som inte jag har reflekterat mycket över men som man ändå har tagit del av och läst in som egentligen är fake news.” – Respondent fem*

## I kontaktnät

Gemensamt för samtliga respondenter är att alla uppger att de har ett högre förtroende för information som når dem via deras kontaktnät. Respondent ett och tre uppger att de inte får särskilt mycket konkreta nyheter skickade till sig. Däremot säger respondent två att förtroendet för nyheterna varierar beroende på vem det är som delar informationen men att de generellt har högre förtroende för information som kommer från människor i deras kontaktnät.

*“Det är nog både och om jag reflekterar över sånt jag får skickat till mig. Men när man får information så ifrågasätter man såklart lite. Det är klart man inte riktigt tror på det. Men sen har jag en polare som jobbar i domstolen som går runt med slips och kavaj och de gångerna han skickar något vet man att det är sant. Men om min farsa skulle skicka en länk då kanske jag hade ifrågasatt det, men jag är inte säker. Skulle rätt människa som man har förtroende för säga något hade man nog trott på det. Jag har precis flyttat till Kiruna och gubben jag hyr av kan ju allt här uppe, det är min bild av det. Skulle han säga att något är på ett visst sätt då hade jag köpt det rakt av. Och det är ju samma sak om man sitter och läser något och så dyker det upp en grym reporter vi har hemma i Örnsköldsvik och hade han skrivit något hade jag också köpt det rakt av. Man hyser respekt för vissa och han har förtjänat trovärdighet, tills han inte gör det längre.” – Respondent två*

Respondenterna med vänstersympati uppgav att de generellt tror på information som delas från individer i sitt kontaktnät men att det finns en viss skepticism beroende på vem personen som delar är. Respondent fyra och fem menar att de gärna kontrollerar informationen eller kontrollerar hur påläst personen som skickat informationen till dem är. Respondent sex uppger dock inte att hen kontrollerar informationen utan tror på det mesta som skickas till hen från hens vänner.

*“Det beror på vem tror jag, och hur väl jag känner den personen och hur väl jag vet om ifall den personen själv är påläst. Så det varierar nog väldigt mycket. Om det är någon till vardags som jag umgås med, eller har en kompisrelation med som jag litar mycket på, så tror jag att jag väldigt snabbt litar på vad den delar med sig av också. Om man ser på individer, så finns det vissa som tror att de vet vad de pratar om. Men majoriteten, när det inte är någon man känner igen och inte kan läsa av snabbt om vem det är eller så, då litar jag väldigt lite på det.”*  
- Respondent sex

## Från opinionsledare

När det kommer till opinionsledare så följer samtliga respondenter många politiker och de anser att politiker ofta delar trovärdig information då informationen måste backa upp hela dennes personliga varumärke.

*“Oj, det är många. Såklart Annie Lööf, Emil Källström, Rickard Nordin, Gunnar Strömberg. Sen är det nog Björn Ferry jag värderar högst, skidskyttekommentatorn. Han är ju otroligt engagerad i miljön och skogspolitiken och de delarna så han verkar som en otroligt påläst människa. Han värderar jag otroligt högt, utifrån hur han kombinerar allting och är en offentlig person på det sättet han är. Men det är klart att om man följer typ politiker så har man några såna som dyker upp och står på barriaderna och då tänker man ju att det de säger är ju sant. Då blir det så trovärdigt för det är ju inte bara något de säljer utan det de säger måste backa upp hela deras personliga varumärke.”* - Respondent två

*“Jag följer i princip alla partier och alla partiledare och “polfluencers” om man får säga så. Jag tycker personligen att det är viktigt att man exponerar sig för andra åsikter än det man själv har. Man måste kunna våga utmana sina egna tankar och sin egen världsbild annars blir man fast i en typ av filterbubbla vilket kan vara skadligt.”* - Respondent tre

Respondenterna med vänstersympati lyfter att de även lägger viss värdering i innehållet som olika politiker publicerar. Exempelvis menar de att de ser olika på ett inlägg publicerat av Magdalena Andersson eller av Jimmy Åkesson.

*“Det gör jag, inte så mycket influencers men stora politiker eller stora journalister. Kanske folk som jobbar väldigt mycket med att förmedla budskap. När det kommer till politiker är jag väldigt partisk, jag lägger extremt olika värde i någonting som kanske, om exempelvis Magdalena Andersson twittrar någonting eller om Jimmy Åkesson gör det så är det väldigt*

*olika stort värde jag lägger på det. Jag litar mer på vad Magdalena Andersson skulle twittra.”*

- Respondent fem

## Analys av resultat

Som Sullivan (2019) beskriver enligt Uses and Gratification är det publiken själva som väljer vilken mediekanal och innehåll som de brukar beroende på deras specifika behov. Detta går i linje med vad respondenterna med högersympati berättar med tanke på att de anpassar sin användning beroende på vilken information de är ute efter. Respondenterna med vänstersympati uppgav att medier har en påverkan på dem vilket bidrar till att de har en mer selektiv användning. Respondenterna uttryckte alla en medvetenhet kring fake news och denna medvetenhet yttrar sig som en rädsla för hur fake news kan komma att användas. Respondenterna med vänstersympati uttrycker en rädsla och oro över hur fake news påverkar andra, vilket är något som Perloff (2002) diskuterar som framträdande inom TPE. Rädslan placeras därmed på “andra” och inte på dem själva, Perloff (2002) säger att man antingen tenderar att överskatta effekten medier har på andra eller underskatta effekten de har på en själv.

Något som däremot skiljer sig från TPE är att det fanns delade meningar i om man anser sig kunna avgöra vilka nyheter som är sanna eller falska. Respondenterna med högersympati svar skiljer sig i hur självsäkra de anser sig vara. Här syns även Uses and Gratification då respondenterna uppgav att man själv måste utföra ett journalistiskt arbete för att veta vilka nyheter som är sanna eller falska. Medier brukas alltså i linje med vad användaren är ute efter (Sullivan, 2019). Respondenterna med vänstersympati självförtroende kring sållandet mellan sanna och falska nyheter var högre. Ur deras svar kan vi avläsa att en medvetenhet och kunskap om ett visst ämne bidrar till hur lätt eller svårt det är att avgöra om nyheter är sanna eller falska. Det fanns en viss benägenhet hos respondent fyra att kunna avgöra om falska nyheter som sprids om Socialdemokraterna var sanna eller falska då respondenten har mycket kunskap inom ämnet. Däremot har respondenten inte lika mycket kunskap om högern vilket gör att det är svårare för respondenten att avgöra vilka nyheter om högersidan som är sanna och falska. Här visar respondenten på delade sidor av TPE. Dels uppgav respondenten att hen är så pass insatt i sin egen politik att hen inte är utsatt för påverkan av falska nyheter och dels erkänner hen att hen är det när det kommer till ämnen som hen inte har lika mycket kunskap inom. En alternativ tolkning av detta är att respondenten inte vill medge att denne påverkas av falska nyheter när det kommer till

dennes egna parti. Detta kan bero på att det är viktigt att bibehålla en positiv självkänsla, vilket man inte gör om man bekräftar att man är sårbar för påverkan. (Perloff, 2002)

Respondenterna lyfter att anledningen till att fake news är ett stort fenomen idag är för att det är mer gynnsamt att sprida falska nyheter med starka åsikter för att locka personer och opinionsbilda. Här finns tron om att nyheter har en stor påverkan då de menar att man via nyheter kan polarisera människor via ett aktivt påverkningsarbete. De menar även att det är många stora aktörer som bidrar till att det är enkelt att sprida saker och få spridning väldigt fort. I enlighet med Sterrett m.fl (2019) så beror människors förtroende för information på hur pålitlig man anser personen bakom informationen vara och att vi tenderar att ha mer förtroende för offentliga personer eller offentliga institutioner som vi gillar. I kombination med respondenternas svar angående vilka opinionsbildare de följer och vad de tror kring deras trovärdighet så bekräftar respondenterna detta.

Respondenterna följer individer över hela det politiska spektrumet men har i vissa fall mer förtroende för opinionsledare som delar samma politiska ideologi. Exempelvis så uppger respondent fem att personen lägger olika värde i vad Magdalena Andersson säger gentemot vad Jimmy Åkesson säger. Även här kan vi avläsa tendenser som förekommer i TPE då respondenten uppger att denne själv och personen med samma ideologiska övertygelse inte tror på fake news och inte heller sprider fake news. Detta medan en annan person med en annan ideologisk tillhörighet kan vara mer benägen att skapa och sprida fake news. Denna tendens kan vi även urskilja när det kommer till vad respondenterna tycker om information som når dem via deras kontaktnät. Här handlar det till stor del om huruvida de känner personen som delar informationen och om man anser att personen är insatt och medveten. Förtroendet skiljer sig därmed mycket beroende på vad respondenten själv tycker om individen. Detta går i linje med vad Sterrett m.fl (2019) förklarar kring att förtroendet för information beror på hur högt vi värderar personen som delar den.

Av respondenternas svar kan vi utläsa att de inte tror att falska nyheter påverkar dem på samma sätt som de tror att falska nyheter påverkar andra. De uttrycker istället att falska nyheter påverkar de själva i form av ett mindre förtroende för sociala medier och att de blir utmattade av att behöva motarbeta falska nyheter.

### Uppfattad påverkan av fake news på politisk ståndpunkt

Detta temat är ämnat att svara på frågeställning två: *Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar deras politiska ståndpunkt?* För att besvara detta har vi delat upp temat i två underrubriker. Under "Påverkan på respondenten själv" besvaras frågor som rör

respondenternas politiska ståndpunkt och huruvida detta påverkas av falska nyheter samt nyheter generellt. Under "Påverkan på andra grupper" presenteras och analyseras respondenternas uppfattningar om hur andra grupper påverkas av fake news i deras politiska ståndpunkt. Efter alla underrubriker kommer resultaten att analyseras under *Analys av resultat*.

### Påverkan på respondenten själv

Respondenterna anser att de själva blir väldigt påverkade av nyheter när det kommer till deras politiska ståndpunkt. Respondent ett nämner att hen läser mer om sitt parti på olika medier än på deras egen webbplats. Respondent tre anser att partierna måste prata om det som är i realpolitiken vilket innebär att man själv också påverkas av det som händer i dagspolitiken. Respondent fem nämnde hur man som ung lätt blir påverkad av sin vänskapskrets, men när man läser nyheter får man en bild av hur saker faktiskt ser ut.

*"Om mitt parti gör något som är tillräckligt grovt och saker som är konsekvent som inte stämmer överens med mina värderingar så kommer inte jag vara kvar. Som politiker måste man alltid förhålla sig till realpolitiken, utan det är man helt lost. Man måste ju prata om det andra pratar om och det som är dagsaktuellt. Och det innebär att man påverkas i allra högsta grad av det som är aktuellt i dagspolitiken."* - Respondent tre

*"Att som ung tror jag att det är väldigt lätt att tycka en massa och så har man en begränsad vänskapskrets och bildar sin världsbild utifrån det. Men om man läser nyheterna så får man se hur det faktiskt ser ut. Det är många gånger jag har känt att jag har blivit motbevisad av nyheter och det är ju jätte hälsosamt. Så det har verkligen hjälpt mig i det."* - Respondent fem

Respondenterna med högersympati är eniga i att falska nyheter påverkar deras politiska ställning. Exempelvis menar de att om man känner att intresset har svalnat och man inte är lika påläst eller om man redan har en bild kring ett ämne så kan den förstärkas ytterligare. Om falska nyheter är något som skulle ha påverkat respondenterna med vänstersympati i deras politiska ställning är det delade åsikter om. Här anser respondent fem att det är något som hade kunnat påverka hen när hen var yngre. Respondenterna med vänstersympati menar även att det finns en högre medvetenhet om hur aktörer och grupper går tillväga när de sprider nyheter idag. Respondent sex nämner hur alla på något sätt måste ha råkat ut för falska nyheter och sedan tagit ställning på grund av det och nämner hur falska nyheter ofta

bekräftar en ståndpunkt man redan har. Däremot finns det en hög skepticism till att en falsk nyhet får en att byta åsikt om något och att man tror sig se igenom det mesta.

*“Alltså inte idag, kanske när jag var yngre. För att på något sätt, speciellt nu när jag jobbar med det, så blir man medveten om vilka tillvägagångssätt aktörer och grupper tar. När jag var yngre absolut, det ser man bara på unga nu, hur många bildar sin politiska uppfattning eller världsåskådning på någonting som inte stämmer eller får en falsk bild av något.” -*

Respondent fem

*“Ja men det tror jag väl alla måste hålla med om, om man inte vet att det är en falsk nyhet så tänker jag att “jag skiter i att det är fejk, det är förjävligt ändå”. Jag tror att nästan alla som är politiskt aktiva på något sätt har råkat ut för falska nyheter och sedan tagit ställning på grund av det, men det behöver inte vara stora frågor eller så, men det som är problemet med falska nyheten är att det redan bekräftar en ståndpunkt man redan har och att det finns ett konkret exempel på det. Ett fiktivt exempel kan vara att jag tycker att miljardärer betalar väldigt lite i skatt, om det då skulle komma ut en falsk artikel om att en miljardär skattefuskar eller nåt, då hade man kanske inte vetat det och kanske blivit upprörd. Däremot hade jag kanske oavsett tyckt att kapitalskatten är för låg. Jag hoppas också att jag är tillräckligt vass för att se ifall en falsk nyhet får mig att byta åsikt över någonting. Jag tror att jag hade lyckats se igenom de flesta.” - Respondent sex*

### Påverkan på andra grupper

När det kommer till om andra grupper påverkas i deras politiska ståndpunkt anser respondenterna med högersympati att falska nyheter absolut har en påverkan på andra. Respondent tre nämner att falska nyheter har en påverkan om man inte bryr sig om att informationen man tar del av är sann eller falsk för att man tycker att den har positiv effekt på det resultat man önskar. Respondenterna med vänstersympati tror att falska nyheter påverkar andra gruppers politiska ståndpunkter. Det finns en viss funderingsamhet kring om människor kan byta politisk ställning och att det i så fall beror på vilken typ av extremism som grabbar tag i dem först.

*“Om du aktivt tar del av och är medveten om att du tar del av media som kanske inte stämmer helt överens men du inte bryr dig om det är sant eller falskt för att du tycker det har en positiv effekt och det leder till det resultat du själv önskar. Då kommer det självklart att ha en påverkan, tänker jag.” - Respondent tre*

*"Jag tror att det kan dras till extremism åt båda hållen. Jag tror att det är både människor som har varit vänster hela sina liv men tycker att de inte har gjort någon bra förändring och då byter sida, och på andra hållet har jag stött på likadant. Jag tror att det handlar om vilken extremism som grabbar tag i dem först." - Respondent fyra*

## Analys av resultat

Av resultatet kan vi se att samtliga respondenter anser sig bli påverkade av nyheterna i medier. De menar att man under sin uppväxt fått mycket information från sin vänskapskrets som man sedan får mer information om när man börjar ta del av nyheter. Nyheterna har på så sätt format respondenternas politiska ståndpunkt. Respondenterna med högersympati ansåg att falska nyheter också har en påverkan på deras politiska ståndpunkt. En respondent uppfattade att påverkan blir större om man känner att man inte är påläst inom ämnet. De kan även känna att en känsla förstärks om man tror på vad den falska nyheter säger. Respondenterna med vänstersympati ansåg att falska nyheter hade en större påverkan på dem när de var yngre och de har numera mer kunskap om hur aktörer och grupper går tillväga när de sprider falska nyheter. Det som respondenterna med vänstersympati däremot håller med respondenterna med högersympati om är att om man redan har gjort ett ställningstagande och sedan ser en falsk nyhet som uttrycker samma åsikter som en själv så förstärker nyheten den ståndpunkt man redan har. Leyva och Beckett (2020) kom fram till just detta i sin forskning då de menar att det finns en förstärkningseffekt då de falska nyheterna med innehåll som stämmer överens med individers politiska övertygelse förstärker deras redan existerande åsikter. Trots detta finns en hög skepticism bland respondenterna om att en falsk nyhet kan få en själv att byta åsikt om något och de tror sig kunna se igenom det mesta.

Trots respondenternas uppfattning om att falska nyheter inte får dem att ändra sina politiska åsikter, så tror de starkt på att falska nyheter kan ändra andras politiska åsikter. Här finns det ingen skillnad mellan respondenterna med högersympati och respondenterna med vänstersympati i åsikter kring påverkan på andra individer. Samtliga respondenter visar tydliga tendenser till uppfattningar inom TPE då de anser att andra grupper kan vara mer sårbara för falska nyheters påverkan än de själva. I respondenternas svar kan vi se att de inte nämner sig själva när de pratar om vilka individer eller grupper som blir påverkade av fake news, utan de säger istället att det kan vara människor som beter sig på ett visst sätt eller som är mest sårbara för påverkan av vissa extremistiska grupper. Respondenterna uttrycker en viss medvetenhet om påverkan på sig själva men uppfattar att andra påverkas i



högre grad. Respondenternas tidigare åsikter kan snarare förstärkas i jämförelse med andra, då andras kan ändras.

## Uppfattad påverkan av fake news på samhället och uppfattningar om ideologisk tillhörighet

Detta temat är ämnat att svara på frågeställning tre: "Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar andra individer i samhället?". För att besvara detta har vi delat upp temat i två underrubriker. Under "Ideologiska tillhörigheter" presenteras respondenternas tankar kring hur andra i samhället påverkas av innehåll på sociala medier och fake news samt vilka grupper det rör och om ideologisk påverkan är en bidragande faktor till konsumtion av fake news. Under "Samhällelig påverkan" presenteras respondenternas tankar om hur samhället i stort påverkas av fake news. Efter alla underrubriker kommer resultaten att analyseras under *Analys av resultat*.

### Ideologiska tillhörigheter

Respondenterna anser sig vara oroliga när det kommer till hur olika typer av innehåll på sociala medier påverkar individer. De lyfter oroligheter såsom att det är svårt att stoppa hjulet när det väl har börjat rulla och att individer väljer att tro på och sprida saker för att det är till gagn för deras politiska ställning.

*"Jag skrev själv till min närmaste kompis när skjutningen i Belgien mot svenskarna hände. Då skrev jag att "man undrar ju hur mycket detta kommer gynna SD". Så jag tänker att när hjulet väl har börjat rulla är det svårt att stoppa det."* – Respondent ett

Respondent fem nämner Andrew Tate. Han är en influencer som vid många tillfällen har uttalat sig nedvärderande om kvinnor och att detta i sin tur har påverkat och färgat yngre killar. Personerna som respondent fem talade med menade att all negativ kritik som går emot Tate är falska nyheter, då influencern själv säger detta. Vidare menar de att plattformar som TikTok, Twitter och Instagram är plattformar där det är enkelt att dela information för folk som gärna vill ha enkla lösningar, som att få sin världsbild bekräftad.

*"Jag vet bara förra veckan tror jag att jag pratade med några när vi var ute och hade en utåtriktad aktivitet, så började vi prata om Andrew Tate. De personerna var helt sålda på att alla åtal och allt han har gjort är fake news, att det är en vänstermarxistisk domstol som vill hugga ner honom. Då kände jag att det var svårt att prata med dem. Så att verkligen och det*

*tror jag går att alla håll, hur all alternativ media, speciellt för unga killar (tänker jag) då det är det jag har stött på mest, att de färgas hårt av fake news och alternativ media.” - Respondent fem*

*“Nu har jag inte själv TikTok och jag använder typ Twitter, Instagram, Facebook. Men jag vet ju hur mycket som sprids på TikTok som är helt falskt, och om man tittar på Israel och Palestina så sprids det mycket obekräftade uppgifter på både TikTok, Twitter, Instagram och Facebook för den delen. Och det tror jag påverkar väldigt många som gärna vill ha enkla lösningar, man vill kanske gärna få sin världsbild bekräftad, och det gäller nog båda sidorna av konflikten. Den är väldigt styrd av sociala medier, och då tror jag att många större konton medvetet, eller omedvetet, vill lägga ut mycket om det och sedan lägger ut saker som inte riktigt har fact-checkats. Så det tycker jag är oroande.” - Respondent sex*

Alla respondenter tror att det är många som blir påverkade av falska nyheter. Grupperna som samtliga tror aktivt konsumerar falska nyheter är konspirationsteoretiker och ytterkanterna av det politiska spektrumet, samt människor som lever med psykisk ohälsa. Vidare anser respondenterna med högersympati att det är äldre, yngre samt praktiskt lagda killar som är mer utsatta för påverkan av falska nyheter. De menar att de äldre är mer godtrogna inför nyheter medan de yngre konsumerar så otroligt mycket och att det därför kan vara mycket fake news som smiter in i innehållet. Respondenterna med vänstersympati tror också att det är många som blir påverkade av falska nyheter och att grupperna som aktivt konsumerar dem är människor i socioekonomiskt drabbade områden och de som känner sig arga och besvikna på politiker. Här syns även en tendens att tro att det är äldre som aktivt konsumerar falska nyheter och är sämre på att sälla mellan sant och falskt. De grupper som blir mest utsatta för påverkan anser respondenterna med vänstersympati vara ensamma människor eller äldre. Trots detta tror de att utsattheten ökar i alla samhällsgrupper.

*“Jag tänker att de yngre aktivt konsumerar falska nyheter, men även de äldre som min morfar. Han är en otroligt godtrogen människa. Så den generationen tror jag också konsumerar otroligt mycket falska nyheter. Sen konsumerar de yngre så otroligt mycket av allt innehåll på sociala medier så då tror jag att det (falska nyheter) smiter in i innehållet.” - Respondent två.*

*“Det har väl att göra med att det är så stor spridning. Så fort man har en koppling till internet så tänker jag att man blir påverkad. De som aktivt konsumerar falska nyheter tror jag är sådana konspirationsteoretiker som är inne på SwebbTV exempelvis. Jag skulle säga att det är*

ytterkanterna som dras mer till falska nyheter, just på grund av att jag tänker att de har extremt starka åsikter och det tar nog över deras förmåga att tänka rationellt.” - Högerrespondent ett

“Jag tror att de som aktivt konsumerar dem är de personer som blir mest påverkade av det som händer. Till exempel de som bor i socioekonomiskt drabbade områden, eller de äldre som inte har en bra pension eller är arbetslösa. Det är de som blir aktivt påverkade idag av inflationen och är arga över att de inte har fått det de vill ha eller fått det de ska ha och känner sig svikna av politiker. Det tror jag gör att man konsumerar sådana nyheter mer och nås av sådana nyheter lättare då man är med andra människor i samma tillstånd.” - Respondent fyra

Om ideologisk tillhörighet kan påverka huruvida man tror på falska nyheter eller inte så finns det en viss tro om att högersidan tenderar att publicera mer falska nyheter. Alla respondenterna menar även att det finns ett visst samband mellan extremvänster och extremhöger när det kommer till falska nyheter. Respondenterna med vänstersympati tror att det finns ett visst samband mellan ideologisk tillhörighet och att tro på falska nyheter. De tror att desinformation är större hos de som sympatiserar med höger och att de sällan ser vänsterextremistiska nyheter. De tror även att det finns en mer organiserad struktur på högersidan och att det kan vara mer toppstyrt där då det kan vara opinionsledare på högersidan som förmedlar fake news.

“ Jag vill tro att det är den otroliga högersidan som är så jävla arg. Vänstersidan är såklart också arg om man går längst ut. Men jag tänker ändå den otroligt arga högersidan som kan sitta och pumpa ut grejer, som att “nu var det en 15-årig kille som var med i någon gäng grej och han är invandrare och det är bara ut med dem”. Det tror jag att de utnyttjar också, de som sympatiserar med det och tycker det är toppen.” - Respondent två

“Men just att det finns stora influencers och fake news, det känns som att de vill opinionsbilda och ändra åsikter, ur en politisk synvinkel. Jag tror definitivt att fake news och desinformation är större hos de som sympatiserar höger ut. Jag såg en mätning som visade att Sverigedemokratiska väljare inte läser etablerade media, och just det här hur fake news och influencers har en tydlig högerextremistisk tankegång som de publicerar. Det är sällan jag ser vänsterextremistiskt. Jag tycker att det finns en större tro på etablerad media hos de som är vänsterorienterade. Jag tänker på brexitgrejen och när Donald Trump valdes 2016, där båda är stora grejer för högerpopulister, och hur dem använde fake news och desinformation för att lyckas.” - Respondent fem

## Samhällelig påverkan

Respondenterna tror att falska nyheter är ett samhälleligt problem på grund av att det blir lättare att dra grupper av människor över en kam och att dra människor åt olika håll. Det blir även farligt när man driver på felaktiga uppgifter då det kan spåda på extremisternas hat mot Sverige. I samband med detta tror även respondenterna att individer är generellt dåliga på att sälla mellan sanna och falska nyheter.

*“I vissa fall tror jag att falska nyheter blir ett samhällsproblem. Speciellt med falska nyheter man kan rikta på olika sätt och vissa falska nyheter är mycket enklare att rikta. Allt som händer i exempelvis Malmö och Stockholm med gängkonflikterna, där tror jag det är lätt att dra alla över en kam och säga att “det är invandrare som inte tar någonting på allvar”. Då röstar de SD och så är det över, och då är det inte baserat på att de har bra skogspolitik eller äldrevårdspolitik utan det är bara för att det är ett missnöjesparti. Då kanske man är lite missnöjd själv och tar åt sig av det lättare, det behöver inte vara sant.”* – Respondent två

Att fake news påverkar samhället i stort håller respondenterna med vänstersympati med om. De tror att det splittrar människor och skapar en stor polarisering i samhället. De anser även att det är farligt då yngre individer som är i formande fasen kan klamra fast vid många tankar och åsikter som kanske inte är sanna. Respondenterna är splittrade i vad de tror när det kommer till hur bra samhället är på att sälla mellan sanna och falska nyheter.

Respondent fyra nämner att om man redan har en åsikt och får en nyhet som bekräftar det är det lätt att klamra sig fast vid det. Hen nämner just rädda människor och att de kan hamna i en ond cirkel på falska nyheter skapar rädsla och rädsla skapar mer benägenhet att tro på dem. Respondent fem anser att majoriteten av människor i Sverige gör välinformerade ställningstaganden och läser etablerade medier men har fortfarande rädslan över att de yngre är en riskgrupp.

*“Nej, men jag tycker inte att folk är dumma i huvudet. Men det handlar mycket om känslor nu för tiden, och det gör att man inte är lika kritisk. Känner du dig rädd för din framtid eller dina barns framtid och du får en nyhet som bekräftar den rädslan så är det väldigt lätt att klamra sig fast vid den. Så jag tror att det blir en ond cirkel i att falska nyheter skapar rädsla och rädsla skapar mer benägenheter att tro på dem.”* – Respondent fyra

*“Det finns många problem med det, men det största kanske är att det skapar en stor polarisering i samhället, och splittrar människor. Sen är det bra att alla inte håller med varandra hela tiden men de här falska nyheterna gör att det inte riktigt blir ett rättvist*

*spelplan. Sen tror jag också att människor radikaliseras mycket av falska nyheter, både islamister och högerextremister, och hela den här incelkulturen, som är väldigt beroende av falska nyheter. Det finns ju massa exempel på det, exempelvis Breivik är en sån person som konsumerade falska nyheter om att sossar vill förstöra världen. Eller den skolattacken i Trollhättan, att man kanske börjat höra om massa myter som får en att bli radikaliserad. Så jag tror absolut att det är ett stort samhällsproblem.” – Respondent sex*

## Analys av resultat

Samtliga respondenter tror att det finns många grupper som är utsatta för påverkan av falska nyheter. Grupperna som nämns gemensamt är konspirationsteoretiker och personer på de politiska ytterkanterna. Övriga grupper som nämns är äldre, yngre (yngre än respondenterna) och personer som lever i socioekonomiska områden. Detta går att knyta an till TPE då respondenterna aldrig nämner en grupp som de själva ingår i. Individer som respondenterna tror konsumerar fake news aktivt är äldre människor, vilket de grundar i att de är sämre på att sälla mellan sanna och falska nyheter. Morris D m.fl. (2020) beskriver att människor som placeras till höger på det politiska spektrumet tenderar att vara mer mottagliga för desinformation än de på den vänstra sidan av det politiska spektrumet. Detta är något som respondenterna med vänstersympati höll med om och de tror att det finns ett samband mellan ideologisk tillhörighet och att tro på falska nyheter. De tror att det finns en mer organiserad struktur på högersidan då det kan förekomma aktörer som aktivt sprider falska nyheter. Detta lyfter även respondent två, och menar att det är den “otroligt arga” högersidan som sprider falska nyheter som är till gagn för deras politiska ställning. Guess m.fl (2020) menar på att oavsett vilken ideologi individerna identifierade sig mest med, så kommer individerna vara partiska i förtroendet för politiskt falska nyheter. Detta anser vi därmed vara delvis sant i vår undersökning. Skillnaderna i respondenternas svar var att två av respondenterna med högersympati inte pekade ut ett samband mellan fake news och en politisk ideologi, medan alla av respondenterna med vänstersympati tror att fake news förekommer mer på högersidan än vänstersidan.

Respondenterna tror att falska nyheter är ett samhälleligt problem då det blir lättare att placera människor i olika fack, vilket leder till att samhället blir mer splittrat. De lyfter även att det kan vara farligt för Sverige i stort då det kan späda extremisternas hat. TPE (Sterrett m fl., 2019) syns tydligt här då alla respondenterna menar på att fake news är ett stort problem, att det påverkar andra så pass att det kan ändra deras politiska ståndpunkt, men att respondenterna själva inte blir påverkade på samma sätt. De menar på att samhället i

stort tar skada av falska nyheter samt nämner flera andra grupper de är oroliga för att de ska bli påverkade. Däremot nämner de inte sig själva i samband med denna oro, trots att de i allra högsta grad är en del av det samhälle som de anser påverkas. Detta blir alltså motsägelsefullt då det är självklart att individer i samhället påverkas om samhället i stort påverkas. Här kan den obalans som Perloff (2002) beskriver återfinnas.

## Diskussion och slutsatser

Fake news är ett begrepp som är vida förstått hos respondenterna och samtliga visar på en hög medvetenhet kring fenomenets möjliga konsekvenser. Vi hade förväntningar om att det skulle finnas en hög medvetenhet hos respondenterna på grund av att de arbetar politiskt då vi anser att det bör finnas ett samband mellan detta och att ha kunskap om dagsaktuella nyheter. Syftet med vår studie var att undersöka om eller hur politiskt aktiva unga svenskar, 20-30 år, uppfattar att fake news påverkar deras och andras politiska ståndpunkter.

Studiens första frågeställning "*Hur ser respondenternas nyhetskonsumtion ut och vad uppfattar de att fake news är?*" besvarades genom vårt första tema. Här såg vi skillnader mellan respondenterna kopplat till Uses and Gratification där vissa begränsade sin användning av sociala medier på grund av dess negativa påverkan på deras egna mående medan andra aktivt sökte källor som ansågs vara mer relevanta för deras informationsbehov. Vi ser däremot att en medvetenhet kring att medier kan ha en påverkan på individer inte motsätter teorin utan istället breddar förståelsen kring vilka aktiva val som kan göras, trots sociala mediernas eventuella påverkan. Respondenternas uppfattning kring fake news är att det har en påverkan på andra då respondenterna tror att det är svårt att avgöra vilka nyheter som är sanna eller falska. Båda sidorna visar på ett relativt högt självförtroende kring att själva kunna avgöra vad som är sant eller falskt men tror att andra grupper möjligtvis är sämre på detta. Trots medvetenheten kring att fake news kan komma från stora aktörer och opinionsbildare så följer alla respondenter aktiva politiska aktörer över hela det politiska spektrumet. Här bekräftas Sterrett m.fl (2019) hypotes om att förtroendet för information skiljer sig beroende på hur högt man värderar personen som delar den.

Studiens andra frågeställning "*Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar deras politiska ståndpunkt?*" besvarades genom tema två. Det som ligger till grund för respondenternas politiska ståndpunkter visade sig till stor del vara nyheter. Alla

respondenter var högt medvetna om att nyheter påverkar dem i deras val av politiska ståndpunkter. Respondenterna uppfattade däremot att falska nyheter endast påverkade dem på så sätt att deras förtroende för sociala medier minskar och att deras tidigare åsikter kan förstärkas om man tror på vad en falsk nyhet säger. Från vår analys kunde vi även bekräfta vad Leyva och Beckett (2020) kom fram till när de beskrev en förstärkningseffekt av falska nyheter. Det respondenterna höll med om var att de inte uppfattade att falska nyheter har en så pass stark påverkan att det skulle ändra deras politiska åsikter.

Studiens tredje frågeställning "*Hur uppfattar respondenterna att fake news påverkar andra individer i samhället?*" besvarades genom tema tre. Samtliga respondenter lyfter oroligheter kring hur falska nyheter kan påverka människor i samhället och huruvida de falska nyheterna kommer kunna gynna olika partier. Det finns även en rädsla kring att vissa opinionsbildare eller politiska influencers, som man själv inte håller med, kan påverka andra grupper. Påverkan i detta fallet hänvisar till att ändra människors politiska ståndpunkter och att människor är så pass formbara att deras politiska ståndpunkter beror på vilken extremsida som når och påverkar dem först. Respondenterna med vänstersympati är kritiska till högersidan och tror att det finns ett större samband mellan högerextremism och falska nyheter än vänsterextremism och falska nyheter. De tror att det finns en mer organiserad struktur på högersidan då det kan förekomma att opinionsledare på högersidan förmedlar falska nyheter. Det mest framträdande resultatet i denna frågeställning var att respondenterna med vänstersympati trodde att högersidan påverkas mer av falska nyheter, medan respondenterna med högersympati var mer neutrala och nämnde ingen specifik politisk ideologi som mer sårbar.

Av studien drar vi slutsatserna att TPE är högt närvarande när det kommer till hur man själv och hur andra formas av falska nyheter. Bland respondenterna fanns medvetenhet kring att nyheter påverkar en, men att påverkan av falska nyheter är större på "andra" än en själv. Resultaten visar därmed tydligt på Perloff (2002) beskrivning av hur vi som individer tenderar att överskatta effekten medier har på andra, underskatta de effekter medier har på oss själva eller både och. Här finns även en obalans. Att i princip ingen tror att mediernas försök att påverka dem lyckas innebär att antingen påverkas ingen, eller påverkas vi alla utan att vilja erkänna det (Perloff, 2002). Det vi märkte var att respondenterna med vänstersympati ansåg att individer med ideologisk tillhörighet till ytterkanten av högersidan var mer benägna att skapa och sprida falska nyheter på nätet, än ytterkanten av vänstersidan. Respondenterna med högersympati nämnde inte någon politisk ideologi som mer sårbar eller benägen till att skapa och dela falska nyheter.

Det vi kan se från studien är att unga politiskt insatta individer har kunskap kring sin medieanvändning och tenderar att bruka medier utifrån sina egna behov. Detta såg vi under rubriken "*Fake news och medieförtroende*". Uses and Gratification är något som syns i respondent fyras svar där hen valde att trappa ner på sitt nyhetsintag på grund av hur påverkad hen blev av nyheter. Detta visar på att respondenten ser effekter av användningen av sociala medier och justerar dess behov efter detta (Sullivan, 2019). Kunskap kring falska nyheter är närvarande och det finns idéer om hur detta påverkar andra grupper. Med tanke på att vi kan dra dessa slutsatser från respondenternas svar så antar vi ett visst generaliseringsanspråk i att unga politiskt insatta individer har en medvetenhet kring falska nyheter och besitter idéer kring hur detta kan påverka de själva och andra. Som nämnt under rubriken "*Kvalitet och Tillförlitlighet*" så ger inte studien oss möjligheten att generalisera i stort samt huruvida ideologisk tillhörighet är någonting som spelar in när det kommer till falska nyheters uppfattade påverkan. Det studien däremot kan bidra med är en vidare förståelse kring fake news-fenomenet i Sverige och hur en viss grupp människor ställer sig till fenomenet. Vi såg tendenser på vänstersidan att dra slutsatser kring högersidans sätt att förhålla sig till fake news, vilket även tidigare forskning har visat. Det är därför möjligt att detta är ett fenomen som är återkommande för personer med politisk tillhörighet till vänster och vi anser det därför vara intressant att studera detta fenomen i fler länder än USA, Taiwan och Sverige. Trots dessa resultat vill vi belysa att resultatet är begränsat till våra analysenheter och vi kan därmed inte uttala oss om huruvida samma resultat är giltigt för andra eller en viss grupp.

## Reflektioner kring studien

Medvetenheten kring att falska nyheter kan påverka en själv i form av att förstärka en tidigare åsikt eller rentav ändra någon annans politiska ståndpunkt gör att falska nyheter är ett samhällsligt problem. Resultatet innebär att trots ett eget självförtroende kring att navigera i djungeln av nyheter så finns det oroligheter kring att andra inte kan detta, vilket gör att falska nyheter är ett aktuellt ämne att reflektera kring. I ett vidare perspektiv har resultatet av denna studie gett oss en inblick i att fake news är något vi i Sverige bör vara uppmärksamma på. Trots vår egen uppfattning om att vi är relativt bra på att sälla mellan sanna och falska nyheter så finns det uppenbarligen de som tror att du och jag inte är det. Resultatet hjälper oss även att förstå vad människor i Sverige tror om fake news och det kan hjälpa oss att inse vad ansvarsfull användning innebär och vilka risker vi utsätts för när vi navigerar i dagens breda medielandskap.



Orsaken till våra resultat kan vara att kunskapen kring fake news har ökat sedan Donald Trumps aktiva användning av begreppet i presidentvalet 2016 i USA. Alla respondenterna var medvetna kring vad det är och hur det kan användas. Konsekvenserna av att de hade denna kunskap var att alla i hög grad var måna om vikten av källkritik. Om detta är begränsat till unga politiskt aktiva individer vet vi inte, men de förväntningar som vi hade på resultaten ledde till just det urvalet. Med tanke på att gruppen vi valde var unga individer, insatta i politiken och närvarande på sociala medier så förväntade vi oss att kunskapen kring ämnet skulle vara relativt hög. Huruvida de hade funderat på just fake news och dess uppfattade påverkan på dem själva var ovisst, men deras kunskap om nyheter generellt ansåg att vi kunde bidra till en djupare diskussion kring ämnet. Förväntningarna överträffades angående fake news uppfattade påverkan på respondenterna själva då vi hade tron om att de inte var medvetna om att de blev så pass påverkade. Våra förväntningar var att respondenterna inte skulle vara medvetna kring någon form av påverkan på sig själva, utan endast diskutera kring hur andra grupper i samhället påverkas. Detta anser vi vara positivt då det visar att individer är mer medvetna än vad vi trodde, kring sin egen sårbarhet. Det faktum att respondenterna var uppmärksamma när det kom till fake news påverkan innebär att vi har blivit motbevisade och inte överskattar effekten som medier har på andra i lika stor grad.

Urvalet i studien var fokuserat på unga individer som var aktiva i politiska ungdomsförbund. Om man hade studerat äldre individer så hade kanske bilden av sociala medier förändrats och medvetenheten kring hur nyheter påverkar dem själva sett annorlunda ut. Om vi hade valt individer som inte är aktiva i ungdomsförbund så tror vi att vi hade fått en mindre djup analys av nyheters påverkan på politiska åsikter. Trots detta så tror vi att unga personer som inte är politiskt insatta hade kunnat vara mer självständiga i sina svar då de individer som är politiskt insatta är färgade av sin politiska ställning, sitt parti och dess retorik.

Designen har varit gynnsam för studien då en kvalitativ intervju var nödvändig för att få de djupgående svar som behövdes för att kunna besvara studiens syfte. De saker vi ansåg vara nödvändiga för att nå studiens syfte var just att ha en kvalitativ intervju, intervju individer insatta i nyheters påverkan och sin politiska ställning samt en avslappnad miljö där respondenterna kände sig trygga att uttrycka sina åsikter. Intervjun bidrog till att vi kunde resonera och dra paralleller till vår teori och tidigare forskning. Därmed var valet av en semistrukturerad intervju gynnsam för studiens syfte. Metoden i sin helhet inkluderade även en förberedande enkät med syfte att få respondenterna att börja fundera kring sin medieanvändning och hur de ställer sig till fenomenet fake news. Enkäten var alltså inte en

del av analysen utan användes endast i förberedande syfte. Denna förberedande enkät är något vi funderat kring under analysens gång, då vi har reflekterat kring om frågorna i enkäten hade kunnat bidra till en ännu djupare analys. Det vi kom fram till var att enkäten fungerade bra i sitt sätt att förbereda respondenterna i att fundera kring fake news och hur detta påverkar andra, och frågorna som inkluderades i enkäten räckte helt enkelt för det syftet. Om vi hade inkluderat svaren från enkäten och presenterat dem i resultat- och analysdelen så hade vi däremot kunnat inkludera Uses and Gratification ytterligare, vilket hade kunnat bidra till en ännu djupare analys. Det som skapar en trovärdighet i våra resultat är att vi var måna om att inkludera båda sidor av det politiska spektrumet och lyfta båda sidornas åsikter likvärdigt. Något som kan bidra till att svaren hos respondenterna inte är alltför tillförlitliga är att fake news och ens egna politiska ställning kan vara känsliga ämnen att prata om med människor man inte känner. Det kan vara känsliga ämnen eftersom det kan vara svårt att reflektera över påverkan på sig själv och sedan erkänna detta, och hur falska nyheter kan ha påverkat ens politiska ståndpunkt. Respondenterna är dessutom representanter för ungdomsförbund, vilket kan bidra till en viss känslighet när det kommer till deras sätt att resonera kring fake news uppfattade påverkan på sig själv och andra. Trots detta så var anonymiteten viktig i studien för att skapa en trygghet hos respondenterna och gav förutsättningar för ärligare svar.

## Vidare forskning

Fake news är ett intressant och ständigt växande ämne. Våra resultat väcker intresse för hur unga svenskar ser på detta fenomen och vad de tror om fake news förmåga att påverka och det hade varit intressant med en mer omfattande studie med fler respondenter. Utifrån denna studie anser vi det vara intressant att vidare undersöka äldre svenskar som inte är politiskt insatta. Detta för att få en bild av hur fenomenet uppfattas av gemene man som inte nödvändigtvis använder sociala medier på en daglig basis.

## Referenser

Allcott, Hunt, & Gentzkow, Matthew. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211

Blumler, Jay G, & Katz, Elihu. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Sage annual reviews of communication research volume III*. Sage.

Cambridge dictionary. (u.å). *Fake news*. Hämtad 2023-11-21.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>

Curini, Luigi, & Pizzimenti, Eugenio. (2020). Searching for a unicorn. Giusti, Serena & Piras, Elisa (Red), *Democracy and fake news: Information manipulation and post-truth politics* (s.77-85). Routledge.

Ekström, Mats & Johansson, Bengt. (2019). Inledning. Ekström och Johansson (Red), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*, (s.11-23). Studentlitteratur AB.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Towns, Ann & Lena Wängnerud. (2017). Samtalsintervjuer. *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (260-287). Stockholm: Wolters Kluwer AB.

Forskning & Framsteg. (2016). *En ny bild av svensk politik*. Hämtad 2024-01-15.

<https://fof.se/artikel/2016/9/en-ny-bild-av-svensk-politik/>

Governing. (u.å). *The history of fake news from George Washington to Donald Trump*. Hämtad 2023-05-22.

<https://www.governing.com/context/the-history-of-fake-news-from-george-washington-to-donald-trump>

Guess, Andrew M., Lockett, Dominique., Lyons, Benjamin., Montgomery, Jacob. M., Nyhan, Brendan., & Reifler, Jason. (2020). "Fake news" may have limited effects beyond increasing beliefs in false claims. DOI: [10.37016/mr-2020-00](https://doi.org/10.37016/mr-2020-00)

Hallin, Daniel C., & Mancini, Paolo. (2004). Comparing media systems. Hallin, Daniel C & Mancini, Paolo (Red.), *Comparing media systems: Three models of media and politics* (s. 20-45) Cambridge University Press.

Rojas, Hernando., Shah, Dhavan. V., & Faber, Ronald. J. (1996). For the good of others: Censorship and the third-person effect. *International Journal of Public Opinion Research*, 8(2), (s.163-186). <https://doi.org/10.1093/ijpor/8.2.163>

Internetkunskap (2021-03-19) *Fake news*, hämtad 2023-11-21:  
<https://internetkunskap.se/artiklar/ordlista/fake-news/>

Strömbäck, Jesper., Tsfati, Yariv., Boomgaarden, Hajo., Damstra, Alyt., Lindgren, Elina., Vliegenthart, Rens & Lindholm, Torun. (2020). News media trust and its impact on media use: *toward a framework for future research*. *Annals of the International Communication Association*, 44:2, (s.139-156). DOI: [10.1080/23808985.2020.1755338](https://doi.org/10.1080/23808985.2020.1755338)

Katz, Elihu., Blumler, Jay G., & Gurevitch, Michael. (1973). Uses and Gratifications Research, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No. 4 (Winter, 1973-1974), (s. 509-523). Oxford University Press.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Leyva, Rodolfo & Beckett, Charlie. (2020). Testing and unpacking the effects of digital fake news: *on presidential candidate evaluations and voter support*. *AI & Soc* 35, (s. 969-980) DOI: [10.1007/s00146-020-00980-6](https://doi.org/10.1007/s00146-020-00980-6)

Morris, David., Morris, Jonathan & Francia, Peter. (2020) A fake news inoculation? Fact checkers, partisan identification, and the power of misinformation, *Politics, Groups, and Identities*, 8:5, (s. 986-1005). DOI: [10.1080/21565503.2020.1803935](https://doi.org/10.1080/21565503.2020.1803935)

Perloff, Richard M. (2002). The Third-Person Effect. Bryant, Jennings & Zillmann, Dolf (red). *Media Effects Advances in Theory and Research* (s. 489-507). Lawrence Erlbaum associates, publishers.

Sterett, David., Malato, Dan., Benz, Jennifer., Kantor, Liz., Thompson, Trevor & Rosenstiel, Tom. (2019) Who shared it?: Deciding what news to trust on social media. *Digital Journalism*, 7:6 (s. 783–801). DOI: 10.1080/21670811.2019.1623702

Sullivan, John L. (2019). *Media audiences: Effects, users, institutions, and power*. Sage Publications.

Svenskarna och internet (u.å.) *Sociala medier*, hämtad 2023-11-21:

[https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/sociala-medier/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=trafik&utm\\_content=146373630133&mtm\\_keyword=sociala%20medier&gclid=CjwKCAiAx\\_GqBhBQEiwA1DNAZrgUnB4z-KP9JbgsIQE0zvFQFSfu-C7mOGIYE7K4g2tHiM7-nUhnBRoCJFIQAvD\\_BwE](https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/sociala-medier/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=trafik&utm_content=146373630133&mtm_keyword=sociala%20medier&gclid=CjwKCAiAx_GqBhBQEiwA1DNAZrgUnB4z-KP9JbgsIQE0zvFQFSfu-C7mOGIYE7K4g2tHiM7-nUhnBRoCJFIQAvD_BwE)

Sveningsson, Malin & Bergström, Annika (2014). *Deltagande och delaktighet i digitala miljöer*. I Ulla Carlsson & Ulrika Facht (Red.), *MedieSverige 2014*. Nordicom Sverige.

Swire, Briony., Berinsky, Adam J., Lewandowsky, Stephan., & Ecker, Ullrich. (2017). Processing political misinformation: Comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science*, 4(3), 160802.  
DOI: [10.1098/rsos.160802](https://doi.org/10.1098/rsos.160802)

University of Oregon. (2023). *Fake News and Information Literacy*. Hämtad 2023-11-30.

Ven-hwei, Lo & Ran, Wei. (2002). *Third-Person Effect, Gender, and Pornography on the Internet*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 46:1, (13–33), DOI: [10.1207/s15506878jobem4601\\_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4601_2)

Vetenskapsrådet (2023-12-12) *Etik i forskningen och god forskningssed*, hämtad 2023-12-13, <https://www.vr.se/uppdrag/etik/etik-i-forskningen.html> Vetenskapsrådet

Wang, Tai-Li. (2020). Does Fake News Matter to Election Outcomes? The Case Study of Taiwan's 2018 Local Elections. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(2), 67–104. DOI: [10.15206/AJPOR.2020.8.2.67](https://doi.org/10.15206/AJPOR.2020.8.2.67)

Wei, Ran., Lo, Ven-Hwei., Lu, Hung-Yi. (Oct 2008) *Third-Person Effects of Health News: Exploring the Relationships Among Media Exposure, Presumed Media Influence, and Behavioral*

*Intentions*, The American Behavioral Scientist; Thousand Oaks Vol. 52, Iss. 2, (s.261-277).  
DOI:10.1177/0002764208321355

## **Bilagor**

### Förberedande enkät

Hur många timmar per dygn använder du sociala medier?

Vilka behov styr din mediekonsumtion?

Vilka plattformar vänder du dig till för nyheter?

Nås du av nyheter via dina sociala medier?

Om ja -vilka sociala medier? Från vilka nyhetskällor?

Vilka nyhetskällor som du använder anser du är mest trovärdiga?

Ökar din nyhetsanvändning under vissa perioder eller är den konstant?

Hur välinformerad anser du dig vara när det kommer till nyheter generellt?

Hur välinformerad anser du dig vara när det kommer till politiska nyheter?

Varifrån får du information om politiska nyheter?

### Intervjuguide

När du läser nyheter, vad brukar du tänka då? Känner du dig påverkad på något sätt?

Tror du dig bli påverkad av nyheterna som du konsumerar i din vardag?

Vad är din uppfattning kring fake news?

Skulle du anse dig själv ha högt förtroende för sociala medier?

Följer du några stora opinionsledare på sociala medier, exempelvis influencers eller politiker, människor som delar nyheter och åsikter på sociala medier.

Tror du att du ofta möts av fake news? Tror du det förekommer i stor utsträckning generellt?

Exempelvis om du får information delad till dig från någon du känner, hur går dina tankar när du får sån information?

Anser du dig kunna avgöra vilka nyheter som är sanna eller falska? Varför?

Varför tror du att fake news är ett stort fenomen idag?

Tror du att du kan skilja på oberoende nyheter och aktiva desinformationskampanjer?

Tror du att falska nyheter är något som kan ha en påverkan på dig generellt?

Har nyheterna haft någon inverkan i din politiska ståndpunkt?

Tror du att falska nyheter är något som skulle kunna påverka din politiska ställning, ifall du inte vet att de är falska?

Skulle du säga att du ofta ifrågasätter nyheterna du läser? Antar du en skeptisk roll när du konsumerar nyheter?

Skulle du säga att du ibland oroar dig för hur olika typer av innehåll på sociala medier påverkar individer?

Tror du att samhället generellt är bra på att sälla mellan sanna och falska nyheter?

Tror du att det är många som blir påverkade av falska nyheter? Vilka tror du aktivt konsumerar falska nyheter?

Tror du att falska nyheter påverkar samhället i stort? Är det ett samhällsligt problem? Hur blir de påverkade?

Ifall det påverkar, tror du att det påverkar deras politiska ståndpunkt?

Om du tror att folk blir påverkade, vilka grupper tror du är mest utsatta för påverkan av falska nyheter?

Tror du att ideologisk tillhörighet kan påverka i huruvida man tror på falska nyheter eller inte?