



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH  
KOMMUNIKATION**

# **GYMNASIEELEVENS BEDÖMNING AV TROVÄRDIGHET PÅ SOCIALA MEDIER**

*En kvalitativ intervjustudie*

Wilma Bomberg och Elin Claesson

---

Uppsats/Examensarbete: 15 hp  
Program och/eller kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap, MK1501  
Nivå: Grundnivå  
Termin/år: Ht/2024  
Handledare: Erik Espeland  
Kursansvarig: Malin Sveningsson

## Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp  
Program och/eller kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap/MK1501  
Nivå: Grundnivå  
Termin/år: Ht/2024  
Handledare: Erik Espeland  
Kursansvarig: Malin Sveningsson

Sidantal: 55  
Antal ord: 15 362  
Nyckelord: Fake news, Desinformation, Trovärdighet, Sociala medier, Gymnasieelever

---

**Syfte:** Undersöka hur gymnasieelever bedömer trovärdighet på sociala medier och vilka faktorer som spelar in i beslutet att sprida vidare innehåll.

**Teori:** Media & News literacy, Tvåstegshypotesen.

**Metod:** Kvalitativ intervjustudie

**Material:** 12 semistrukturerade intervjuer

**Resultat:** Gymnasieelever förlitar sig främst på etablerade och välkända nyhetskällor och intuitiva metoder snarare än systematisk verifiering för att bedöma trovärdighet på sociala medier. Sanningshalten är oftast viktigt vid delning av innehåll, men humoristiskt och underhållande material delas ibland utan att kontrollera sanning. Sanning har inte stor betydelse då syftet för elever på sociala medier är att underhållas. Influencers har betydande roll i huruvida elever bedömer trovärdighet.

## Förord

Att skriva kandidatuppsats inom ämnet “unga och desinformation” har varit intressant, spännande och lärorikt. Inspirationen till uppsatsen kommer från ett delat intresse för hur vi unga vuxna hanterar det digitala medielandskapet och med ett intresse för fenomenet fake news. Vi hoppas att denna studie kan bidra till mer förståelse för detta ämne. Vi vill tacka alla som bidragit till att vi har fått fram intressanta resultat som gjort att vi kunnat fylla en forskningslucka. Tack till eleverna och lärarna som deltagit i processen av detta arbete, vars engagemang, insikter och hjälp har varit avgörande för vår studie. Era perspektiv och vilja att dela era upplevelser har varit värdefulla och grundläggande för uppsatsen. Vi vill även rikta stort tack till vår handledare för vägledning och råd genom hela processen – tack för att du hjälpt oss att utveckla idéer och hålla riktningen i vårt arbete.

*Wilma & Elin*

## Executive summary

This study examines how upper secondary school students assess the credibility of information they encounter on social media, which has become an increasingly important platform for news consumption. With social media as primary sources of news, the ability to critically evaluate information has become a critical skill for young users. The study examines three main aspects: the strategies students use to determine credibility, factors that influence their decisions to share content, and the role of opinion leaders in these judgments. The aim of the study is to deepen the understanding of how students determine the credibility of content in a landscape characterized by disinformation and how these assessments affect their sharing behavior. By using theories about Media and News Literacy and The Two-Step Flow of Communication, a qualitative method is applied in the form of twelve semi-structured interviews with Swedish upper secondary school students aged 16-20 years. The method provides nuanced insights into their experiences and thought processes and contributes to a growing knowledge of young people's media competence. The interviews resulted in the following themes: assessment of credibility – students rely on recognizable and established news sources, such as *Aftonbladet* or *SVT*, to determine the credibility of content. The source's fame, previous experience and perceived professionalism play major roles.

However, intuitive judgments are often used instead of systematic verification, especially in informal consumption on social media. When it comes to sharing content, truthfulness is an important, but not a determining factor in the decision to share content. Many students avoid sharing misleading information, but exceptions are made for humorous or entertaining content where accuracy is less important. A third theme is the perceived influence of opinion leaders. Influencers and other prominent people on social media greatly influence students' perception of credibility. These opinion leaders often act as intermediaries who guide their followers in what to trust and engage with. The results highlight the need for improved teaching in media and news literacy, adapted to young users. Students show some awareness of credibility markers, but their reliance on intuition and social validation highlights deficits in critical evaluation skills. By addressing these gaps, educators and policymakers can better prepare students to navigate the complex modern media landscape. The study provides a qualitative perspective on upper secondary school students' encounters with digital information. It emphasizes the connection between trust and sharing behaviors and sheds light on how young

people interact with an ever-changing media ecosystem characterized by algorithms, influencers and constant connectivity.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	7
<b>2. Tidigare forskning</b> .....	9
2.1. Desinformation och fake news .....	9
2.2. Ungas hantering av desinformation.....	11
2.3. Ungas nyhetskonsumtion på sociala medier.....	12
2.4. Trovärdighet i det moderna medielandskapet .....	14
<b>3. Teoretiskt ramverk</b> .....	15
3.1. Media & News Literacy .....	15
3.2. Tvåstegshypotesen.....	17
<b>4. Syfte och frågeställningar</b> .....	19
4.1. Frågeställningar .....	19
<b>5. Metod</b> .....	20
5.1. Val av metod och design .....	20
5.2. Urval.....	21
5.3. Genomförande .....	23
5.4. Etisk reflektion .....	24
5.5. Metoddiskussion.....	25
<b>6. Resultat</b> .....	27
6.1. Fake News .....	28
6.2. Vilka taktiker använder gymnasieeleverna för att bedöma trovärdigheten på sociala medier? .....	29
6.2.1. Välkända och etablerade källor.....	29
6.2.2. Att söka vidare och jämföra källor.....	31
6.2.3. Vikten av igenkänning och realistiska nyheter .....	32
6.2.4. Social tillit.....	33

6.3. Vilka egenskaper i inlägg på sociala medier ser gymnasieeleverna som viktiga i valet huruvida de delar vidare innehåll?.....	34
6.3.1. Sanningshalt .....	34
6.4. Vilken roll anser gymnasieeleverna att opinionsledare har? .....	37
6.4.1. Tillit till influencers .....	37
6.4.2. Upplevelser av influencers roll .....	38
<b>7. Diskussion</b> .....	<b>40</b>
7.1. Sammanfattning av resultat .....	40
7.2. Resultatdiskussion .....	42
7.3. Studiens begränsningar .....	44
7.4. Generaliserbarhet .....	46
7.5. Fortsatta studier .....	47
<b>8. Referenser</b> .....	<b>49</b>
<b>9. Bilagor</b> .....	<b>53</b>
Intervjuguide.....	53

# 1. Inledning

Desinformation och fake news är två fenomen som är aktuella i samhällen över hela världen. Genom avsiktligt vilseledande innehåll sprids falsk information snabbt på sociala medier, vilket formar opinioner och försvårar människors förmåga att bedöma trovärdighet i nyhetsflödet (Shu et al, 2020:1–2). Under år 2016 skedde det flera clownattacker runt om i Sverige och detta blev stora nyhetsrubriker på väl etablerade källor. Flera exempel på attacker sprids och anmälningarna på clownattacker sägs välla in. När SVT Nyheter undersökte händelserna sex år senare kunde man inte hitta några konstaterade fall av clownattacker, och det kunde inte heller polisen (SVT, 2024). Hela händelsen var bara rykten och falsk spridd information och blir ett exempel på hur desinformation kan skapa onödig oro i ett samhälle samtidigt som det gick åt offentliga resurser på att undersöka dessa händelser. Det bevisar alltså att desinformation och fake news kan skaka ett helt samhälle och blir därför ett problem på samhälls nivå. Sociala medier är numera en central arena för nyhetskonsumtion, särskilt för unga, som ofta exponeras för nyheter av en slump när man skrollar på sociala medier i andra syften (Bergström & Jervlycke Belfrage, 2018). Samtidigt förstärks spridningen av desinformation av algoritmer som prioriterar innehåll som väcker känslor samt av opinionsledare som fungerar som informella filter (Røsok-Dahl & Ihlebæk, 2024).

Enligt Nygren och Guath (2019) överskattar ungdomar många gånger sin förmåga att känna igen desinformation och tenderar att lita på källor utan kritisk granskning. Trots att gymnasieelever är en av de mest aktiva grupperna på sociala medier är deras förmåga att vara källkritiska alltså bristfällig. Swart och Broersma (2022) beskriver hur ungdomar förlitar sig på magkänslan och erfarenhet snarare än systematisk granskning vilket kan resultera i lägre medvetenhet kring problemet. Broda & Strömbäck (2024) påpekar att det saknas kvalitativ forskning inom ämnet. Med ungdomar som är "oskyddade" mot desinformation finns risk att det skapar en sned bild av samhället samt påverkan på beslut och okunskap bland invånarna. Genom att forska på hur ungdomar handskas med desinformation på sociala medier kan samhället få mer mediekompetens, kunskap och förståelse för hur det fungerar och stoppa det negativa som sociala medier för med sig i samhället. Samhället kan bli mer informerat och kritiskt och ungdomar kan navigera i den digitala världen bättre. Broda & Strömbäck (2024) menar vidare att detta individperspektiv kan ge betydelsefull kunskap och att ett kvalitativt tillvägagångssätt kan ge större insikter på viktiga aspekter som den kvantitativa forskningen

går miste om. Dessa aspekter är hur gymnasieelever utsätts för desinformation och fake news på sociala medier och hur de avgör vilken information de väljer att lita på och inte. Andra aspekter är också hur gymnasieelever granskar och värderar trovärdighet i innehåll som de själva konsumerar och sprider vidare. Dessutom hur mycket sanningshalten i innehåll är av betydelse för unga i samband med att de delar vidare inlägg och själva konsumerar dem. Detta undersöker vi genom kvalitativ metod med semistrukturerade intervjuer för att förhoppningsvis bidra med kunskap i den forskningslucka som finns. Genom att jämföra deras hantering och beteenden med tidigare forskning på andra åldrar och sammanhang kan vi bidra till en mer generaliserbar förståelse av ungas hantering av desinformation på sociala medier.

## 2. Tidigare forskning

Detta kapitel kartlägger tidigare forskning på området och introducerar nuläget inom forskningen. Den tidigare forskningen är utgångspunkt för arbetet och har varit givande i att formulera vår forskningsfråga. Kapitlet introducerar forskning inom olika områden som alla varit grunden för vårt arbete. Till att börja med presenteras begreppen *Desinformation* och *Fake news* som är nyckelord genom hela arbetet. Vidare presenteras hur forskning om hur unga personer hanterar dessa fenomen och vilka taktiker som var primära.

Sammanfattningsvis visar tidigare forskning att unga har svårt att detektera desinformation och fake news trots att de tror sig ha kunskapen att avgöra vad som är trovärdigt. Senare introduceras också ungas nyhetskonsumtion på sociala medier och hur det moderna medielandskapet har en påverkan hur människor förhåller sig till information och trovärdighet.

### 2.1. Desinformation och fake news

Desinformation på sociala medier definieras av Broda och Strömbäck (2024) som spridning av falsk information medvetet skapad för att orsaka förvirring eller skada. På sociala medier sprids information snabbt till stor publik, ofta utan faktagranskning. Spridningen av desinformation kan bero på olika saker, bland annat algoritmer. Algoritmerna prioriterar innehåll som ska väcka känslor hos människor, detta genom att ibland inkludera falska och polariserade påståenden. Det finns automatiserade konton och verktyg på sociala medier som sprider desinformation till specifika målgrupper (Wardle, 2018). Även fast problemet är omtalat finns det utmaningar med att hantera mängden data som sprids på sociala medier. Det finns aktörer och intressenter som medvetet utnyttjar sociala medier och spridning av desinformation för att gynnas kommersiellt och politiskt. Dessa faktorer tillsammans gör det möjligt för desinformation att spridas och påverka opinionen (Broda & Strömbäck, 2024).

Fake news är ett återkommande begrepp i vår studie och innebär falska historier som utgörs vara nyheter och som sprids på internet eller andra medier, oftast skapade för att påverka åsikter eller för underhållning (Cambridge University press, u.å.). Vidare beskriver Tandoc et al (2017) att begreppet "Fake News" har använts för att hänvisa till varierade saker som nyhetssatir, parodier, påhitt, manipulation, reklam och propaganda. Wardle (2018:5) beskriver

Fake News som en typ av desinformation, och skiljer sig från desinformation genom intentionen bakom informationen. Medan desinformation handlar om att medvetet manipulera, vilseleda och orsaka skada, syftar Fake News ofta till att underhålla och påverka åsikter, utan nödvändigtvis samma avsikt att skada. Vi tolkar det som att fake news är en bredare term som syftar på falsk information som sprids av olika syften, bland annat underhållning, medan desinformation är falsk information som sprids med avsikt att manipulera, vilseleda och skada. Båda begreppen är aktuella för studien, även om de skiljer sig åt i avsikt och användning, eftersom båda förekommer på sociala medier och bidrar till att skapa förståelse för hur osann information kan påverka både individer och vårt digitala mediasamhälle. Begreppen beskriver båda information som inte är sann, men skillnaden ligger i avsikten bakom spridningen. Genom att inkludera båda begreppen i vår studie hoppas vi kunna få en bredare bild och kunskap av falsk information kopplat till trovärdighet på sociala medier. Begreppen blir särskilt relevanta med tanke på att ungdomar många gånger överskattar sin förmåga att känna igen falsk information och tenderar att lita på källor utan kritisk granskning. Trots att gymnasieelever är en av de mest aktiva grupperna på sociala medier är deras förmåga att vara källkritiska alltså bristfällig (Nygren och Guath, 2019). Detta kan få konsekvenser för de individer som har sociala medier som primär informationskälla, då det kan forma deras åsikter efter falsk information.

I en analys från Wagner & Boczkowski (2019) om hur vuxna människor (18–80 år) uppfattar och hanterar desinformation och fake news i samband med det förändrade medielandskapet efter presidentvalet 2016 hittar vi resultat som kan vara aktuella på vår studie. Resultaten från Wagner & Boczkowski (2019) visar att många anser att nyhetsrapporteringen är partisk och polariserad. Det finns en utbredd misstro mot nyheter som sprids på sociala medier hos dessa vuxna. Intervjupersonerna oroar sig för hur andra bedömer desinformation än för sin egen förmåga att avgöra trovärdigheten i nyheterna. För att hantera desinformation jämför man källor med varandra, använder sig av personlig erfarenhet samt kunskap och bedömer individuellt specifika nyhetsutgivare som trovärdiga – vilket i sin tur gör nyheten trovärdig (Wagner & Boczkowski, 2019). Vår studie utgår från gymnasieelever i åldrarna 16–20 år. Det är intressant att jämföra med en studie som analyserar vuxna då dagens ungdomar (16–20 år) växer upp i ett annat medielandskap än dessa vuxna gjort, vilket gör att man kanske hanterar och bedömer mediers trovärdighet på olika sätt. Hur kommer dagens ungdomar bedöma och kritiskt analysera trovärdighet på sociala medier när de kommer upp i vuxen ålder? Broda &

Strömbäck (2024) poängterar att det finns mycket generell och kvantitativ kunskap inom detta forskningsområde men att det saknas kvalitativ forskning med ett individperspektiv. Det är denna forskningslucka som studien ämnar ge större insikt i. Ett kvalitativt tillvägagångssätt kan ge större insikter på viktiga aspekter som den kvantitativa forskningen går miste om (Broda & Strömbäck, 2024).

I tidigare forskning används begreppen ”unga” och ”ungdomar” vilken refererar till personer mellan 16–29 år. I vår studie blir dessa begrepp därför frekvent använda men från och med ”Metod” kommer vi hänvisa till våra studieobjekt som *gymnasieelever* eftersom det är denna grupp vi ämnar undersöka.

## 2.2. Ungas hantering av desinformation

Nygren och Guath (2019) genomförde en kvantitativ enkätundersökning på gymnasieelever i Göteborgsområdet för fem år sedan och kunde då konstatera att ungdomar har en förvriden uppfattning om sin förmåga att detektera desinformation och fake news. Studien visar att ungdomar överskattar sig själva och tror att de är bättre på att avgöra huruvida en källa är trovärdig eller inte, än vad de faktiskt är i praktiken. Det går att se en koppling mellan högt förtroende och en låg förmåga att upptäcka desinformation. Detta innebar att eleverna som tror sig vara bra på att avgöra om en källa är trovärdig, faktiskt är de som presterade sämst (Nygren & Guath, 2019). Vidare kunde författarna se att det fanns en generellt låg kunskap i att avgöra källors trovärdighet hos alla elever då majoriteten av respondenter hade svårt att fastställa flera källors autencitet.

En kvalitativ intervjustudie genomförd på ungdomar i åldern 18–29 åringar undersökte hur ungdomar avgör att olika nyhetskällor är trovärdiga och vilka tillvägagångssätt de förhåller sig till (Swart & Broersma, 2022). Vanliga strategier för att värdera sanningshalten var att använda sig av tidigare kunskap om ämnet som rapporterades, jämföra olika källor mot varandra samt att de litade på källor som var välkända och hade hög status. Ungdomarna gick generellt på magkänsla och avgjorde vilka nyhetskällor som ”kändes trovärdiga” (Swart & Broersma, 2022) och tyckte att källkritiskt granska en källa upplevdes krävande. Vidare presenterades också att en del ungdomar inte la någon vidare vikt i en källas kredibilitet och menade att det sällan fanns källor som till fullo var helt sanningsenliga. Swart och Broersma

(2022) kunde dra slutsatsen om att ungdomar idag i samband med uppsvinget av desinformation har ett minskat förtroende för nyhetskällor och förväntar sig att många källor är opålitliga. Samtidigt som deras egen intuition blir alltmer relevant i att bedöma trovärdigheten.

Zozaya-Durazo et al. (2024) genomförde en studie på elever i åldrarna 11–17 år med hjälp av kvalitativa fokusgrupper för att ge insikt i hur denna grupp säkerställer trovärdighet hos den information de stöter på online. Deras resultat visade på att de yngsta intervjupersonerna hade en omedveten medieanvändning där fake news inte kom att vara ett medvetet problem. De äldre intervjupersonerna visade på större kunskap kring desinformation och försiktighet på sociala medier (Zozaya-Durazo et al., 2024). Likt Nygren & Guaths (2019) studie upplevde även dessa intervjupersoner att de hade bra kunskap kring att upptäcka fake news eftersom de vuxit upp i ett medielandskap där de konstant utsätts för information och riktar därför ett kritiskt öga mot allt de ser på sociala medier (Zozaya-Durazo et al., 2024). Trots detta fanns det elever som medgav att de fallit offer för falsk information samtidigt som de antog att vuxna var i större riskzon. Slutligen konstaterar Zozaya-Durazo et al. (2024) att elever i 11–17 års åldern hade ett högt förtroende för sin egen förmåga att hantera fake news samtidigt som de erkänner att de upplever vissa svårigheter.

### 2.3. Ungas nyhetskonsumention på sociala medier

Vi vill få mer kunskap kring hur unga konsumerar information på sociala medier då det kan ge mer individperspektiv och mer djupgående kunskap som inte går att återfinna kvantitativa studier (Broda & Strömbäck, 2024). Sociala medier fungerar som digitala plattformar där människor kan dela innehåll, uttrycka sig, och kommunicera med andra (Carr & Hayes, 2015). Användarna har kontroll över hur de framställs och kan välja hur och när man vill dela innehåll. Plattformarna ger användare möjligheter att publicera åt stor eller liten publik, och de får sitt värde genom användarnas interaktioner och inlägg eftersom det skapar social gemenskap och närvaro. Carr & Hayes (2015:50) skriver så här:

”Sociala medier är internetbaserade kanaler som tillåter användare att opportunistiskt interagera och selektivt framställa sig själva, antingen i realtid eller asynkront, med både breda och smala publikgrupper som får värde av användargenererat innehåll och upplevelsen av interaktion med andra” (egen översättning)

Många unga kommer i kontakt med nyheter av en slump medan de navigerar på sociala medier för andra syften såsom socialt umgänge, nöje och liknande. Trots slumpen litar de unga på att bli informerade om viktiga händelser via dessa plattformar (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Dessutom finns det vissa individer på plattformarna som fungerar som opinionsledare, vilket innebär att de nyheter dessa individer ger uppmärksamhet åt är det som når fram till deras följare. Dessa personer uppfattas som viktiga, eftersom de anses vara kunniga i specifika ämnen vilket ökar nyhetens relevans (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018).

Røsok-Dahl och Ihlebæk (2024) tar upp hur studier pekar på att sociala medier har blivit en central arena för politisk socialisering där unga deltar i diskussioner, delar åsikter och ibland protesterar. Sociala plattformar såsom Facebook, Twitter (numera X) och Instagram har alltså visat sig vara ett ställe där unga inte bara konsumerar nyheter, utan också aktivt deltar i politiska diskussioner. Samtidigt är ungas politiska engagemang via sociala medier fragmenterat och kortsiktigt i många fall. Det kan leda till endast ytlig förståelse för politiska frågor. Forskning menar att ungas politiska engagemang på sociala plattformar tenderar att vara mer oorganiserat och impulsivt. Exempel på det kan vara att unga reagerar på aktuella händelser såsom plötsliga politiska skandaler, snarare än att engagera sig i politiska frågor som diskuteras över tid (Røsok-Dahl och Ihlebæk, 2024).

Sociala medier använder sig av algoritmer för att skräddarsy användarens nyhetsflöde, och detta kan stärka den slumpmässiga exponeringen för nyheter. Användarens flöde kallas till stor del för "ForYou" både på TikTok och Instagram och består av innehåll framkallat av algoritmer (Cotter et al., 2022). Algoritmer är ett fenomen som i praktiken innebär att om användaren klickar sig in på en artikel, är det troligt att likande innehåll kommer att dyka upp inom kort. Detta i sin tur betyder att den "slumpmässiga" exponeringen för en viss typ av nyhet inte är så slumpmässig. Nyheter blir mer riktade och detta skapar ett mönster mellan slumpmässig och planerad nyhetskonsumention (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Intressant här är att detta kan påverka hur och när gymnasieeleverna exponeras för nyheter, om man aldrig klickar sig in på nyheter kommer det att visas färre, på samma sätt som om man alltid klickar sig in på just nyheter om miljön, kommer fler nyheter om miljön visas i gymnasieelevens personliga flöde. Eftersom influencers är en betydelsefull faktor i hur unga mottar information på sociala medier blir det intressant att undersöka hur gymnasieelever

reflekterar över hur detta är med och påverkar deras nyhetskonsumtion. Influencers roll blir både viktig och intressant att ta hänsyn till när de gäller hantering av desinformation på sociala medier.

## 2.4. Trovärdighet i det moderna medielandskapet

Swart och Broersma (2022) menar att människor måste navigera ur en stor mängd nyhetskanaler och att hålla sig uppdaterad blir en alltmer komplex uppgift. Med algoritmer, filterbubblor, spridning av desinformation och informationsöverflöd blir trovärdigheten intressant att undersöka. Människor läser nyheter på sociala medier oavsiktligt och verkar ta genvägar för att fatta beslut om trovärdighet i en källa i informationsflödet. I en studie av Puustinen och Seppänen (2013) fann man att människor bedömer trovärdighet genom en intuitiv känsla av autenticitet. När människor förlitar sig på källor kognitivt kan högt förtroende inte alltid stämma överens med nyhetskonsumtion. Vissa studier menar att högre upplevd trovärdighet hos en källa ökar sannolikheten för nyhetskonsumtion (fler läsare), medan andra studier fann att ju fler läsare en källa har desto högre förtroende får källan (Swart & Broersma, 2022). Transparens har ofta förespråkats som ett effektivt sätt att höja förtroendet och trovärdighet i nyhetsmedia. Journalister och nyhetsorganisationer söker efter nya sätt att engagera sig med allmänheten och bygga relationer med samhällen. Att bygga förtroende tar tid och kan bara uppnås genom kontinuerlig ansträngning att föra öppen, ärlig och personlig dialog med människor (Koliska, 2021). Ett annat sätt att höja förtroendet för nyhetsmedier är att utbilda i källkritik (Koltay, 2011). Det bidrar till att människor snabbare kan avgöra vad som är trovärdigt på internet medan man bläddrar igenom nyhetsflödet.

Sammanfattningsvis menar tidigare forskning att gymnasieelever tenderar att överskatta sin förmåga att identifiera desinformation (Nygren & Guath, 2019) och att magkänslan är en central faktor för att avgöra trovärdighet (Swart & Broersma, 2022). Sociala medier är plattformar där unga slumpmässigt stöter på information men samtidigt förväntar sig att bli informerade och förlitar sig i hög grad av influencers (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Detta leder oss vidare till vad vår studie ämnar undersöka; gymnasieelevers medievanor i samband med hantering av desinformation på sociala medier där vi ska lägga fokus på hur de avgör att innehåll de tar del av är trovärdig.

### 3. Teoretiskt ramverk

I detta kapitel introduceras det teoretiska ramverk vilket studien ämnar analysera studieobjektet utifrån. Media & News literacy berör förmågan att navigera i information och medieinnehåll och blir centralt i att undersöka hur gymnasieelever avgör trovärdigheten på sociala medier. Vidare presenteras de praktiker som senare appliceras i analysen av resultatet, dessa kallas "A Taxonomy of Tactics" (Swart & Broersma, 2022). Ytterligare en teori som studien tar avstamp i är Tvåstegshypotesen som lägger grunden för hur gymnasieeleverna stöter på information. Detta sker på sociala medier rent generellt av influencers eller andra opinionsledare.

#### 3.1. Media & News Literacy

Koltay (2011) presenterar flera definitioner av *media literacy*. Det handlar om förmågan att analysera och utvärdera källor och att agera självständigt och kritiskt gentemot medier och dess innehåll. Vidare definieras media literacy som möjligheten att navigera i och hitta information och förståelsen för att kritiskt utvärdera medieinnehållet. Media literacy beskrivs som "en rörelse, som är utformad för att hjälpa till att förstå, skapa och förhandla fram meningar i en kultur av bilder, ord och ljud" (Koltay, 2011:212). Det vill säga, media literacy är grunden för att avgöra trovärdighet och att kritiskt förhålla sig till information och medieinnehåll. Media literacy blir allt viktigare i dagens medielandskap eftersom det finns en utbredd mängd av medieinnehåll att ta del av (Koltay, 2011). *News literacy* kan beskrivas som en gren inom media literacy och anses som en motvikt gentemot *fake news* och desinformation (Vraga et al., 2021). Definitionen av news literacy är, likt media literacy, bred och handlar om att kontrollera fakta och avslöja fake news. Dock menar Vraga et al. (2021) att dess definition snarare relaterar till de beteenden som news literacy framkallar och inte vad news literacy faktiskt innebär. Därför presenterar Vraga et al (2021:5) en egen definition av news literacy (NL):

"Vi definierar därför NL som kunskap om de personliga och sociala processer genom vilka nyheter produceras, distribueras och konsumeras, samt färdigheter som ger användarna viss kontroll över dessa processer." (egen översättning)

Dessutom introduceras en modell för news literacy och ett teoretiskt ramverk som konstrueras av fem huvudsakliga begrepp: 1) "*context*", 2) "*creation*", 3) "*content*", 4) "*circulation*", 5) "*consumption*". Vraga et al. (2021) vill med detta teoretiska ramverk förtydliga definitionen av news literacy och begreppen blir verktyg för att förstå nyheters roll i samhället. *Context* berör det sammanhang som nyheter produceras i och strukturer som nyhetsorganisationer är uppbyggda efter. Den har i åtanke de sociala, juridiska och ekonomiska aspekter som påverkar nyhetsproduktion och hur dessa varierar beroende på vart i världen man befinner sig. *Creation* handlar om processen då nyheter produceras och berör journalisternas arbete från idé till färdigt innehåll. *Content* definieras som "de kvalitativa egenskaper hos en nyhetsartikel som särskiljer den från andra typer av medieinnehåll" (Vraga et al, 2021:6, egen översättning). Med detta menas de specifika kännetecken som nyheter besitter och hur dessa påverkar sina mottagare. *Circulation* behandlar förloppet av att nyheterna distribueras och sänds ut till en förmodad publik och vilka faktorer som spelar in i denna process. Till sist, avser *consumption* de "personliga faktorer som bidrar till exponering för nyheter, uppmärksamhet och utvärdering" (Vraga et al, 2021:7, egen översättning). Detta berör faktorer som *bias* och tidigare erfarenheter som påverkar hur mottagaren konsumerar nyheter. Vraga et al (2021) menar att förståelse och kunskap för varje del av news literacy bidrar till ett kritiskt tänkande kring nyheter. Samtidigt menar de att kunskap om hur nyheter konstrueras inte nödvändigtvis innebär att dessa kunskaper används i praktiken och det är detta vår studie lämpar sig efter.

Ytterligare en aspekt ur media literacy som blir intressant med grund i studiens syfte är Swart och Broersmas (2022) undersökning på hur ungdomar navigerar i medieinnehåll och specifikt vilka taktiker de använder sig av för att värdera pålitligheten hos källor. De kom fram till "A Taxonomy of Tactics" som sammanfattar nio strategier för att avgöra trovärdigheten hos nyhetskällor. Dessa praktiker benämns som: 1) "*Prior knowledge*", 2) "*Cross-referencing*", 3) "*Endorsement by others*", 4) "*Familiarity of the news source*", 5) "*Image of the news source*", 6) "*Perceived risks for the news source*", 7) "*Institutional character of the news source*", 8) "*Presentation of news: design, tonality, format*", 9) "*Intuition*". I vår studie vill vi delvis undersöka hur gymnasieelever avgör att den information de stöter på via sociala medier är trovärdig och dessa praktiker blir därför centrala och det perspektiv vilket vi analyserar elevernas strategier genom.

## 3.2. Tvåstegshypotesen

Tvåstegshypotesen är en kommunikationsteori som först presenterades av Katz och Lazarsfeld (2006). Den förklarar hur massmediernas budskap inte når individen direkt, utan passerar genom opinionsledare i två steg: först från massmedia till opinionsledare, sedan från opinionsledare till allmänheten (Katz & Lazarsfeld, 2006:50). Opinionsledare är inflytelserika individer i en primärgrupp (exempelvis vänner, familj och kollegor) som först får och tolkar ett mediebudskap. Dessa opinionsledare fungerar som mellanhänder och filtrerar och förmedlar vidare budskapet till allmänheten (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). I vår studie blir tvåstegshypotesen relevant eftersom den hjälper oss analysera hur information sprids, filtreras och tolkas. På sociala medier konsumerar gymnasieelever information och följer vänner, familj, influencers och andra individer som kan anses vara opinionsledare. Teorin kan användas för att analysera hur gymnasieelever tolkar medieinnehåll. Opinionsledarna fungerar som filter och vägleder hur meddelanden förstås (Katz & Lazarsfeld, 2006:50). Detta filtreringssteg kan analyseras för att förstå hur elever urskiljer desinformation och vilka man litar på, samt varför. Teorin hjälper oss i intervjuguiden genom att skapa frågor som baseras på teorin. Detta innebär frågor som handlar om hur gymnasieeleverna tar emot och vidareförmedlar information från influencers och om deras åsikt ändras av andra, såsom influencers eller personer i deras närhet. Influencers blir i denna studie, definitionen av opinionsledare.

Tvåstegshypotesen utvecklades för drygt 70 år sedan (Katz & Lazarsfeld, 2006) men har fått ett uppsving i det moderna medielandskapet. Samma dynamiker och mönster som ursprungligen observerades med opinionsledare går att återfinna idag mellan influencers och deras följare på sociala medier (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Detta gör teorin fortsatt relevant för att analysera hur information sprids och tolkas i dagens mediasamhälle. I vår intervjuguide är alla frågor om influencers, som fungerar som opinionsledare och kan påverka individens åsikter. Dessutom är frågorna om sociala medier och informationsspridning kopplade till tvåstegshypotesen eftersom teorin berör om hur gymnasieeleverna tar emot och vidareförmedlar information från källor på sociala medier. Frågorna om källkritik undersöker hur individer utvärderar information, vilket kan kopplas till hur medier och influencers påverkar allmänheten. Intervjuguiden innehåller alltså frågor som

är anpassade efter tvåstegshypotesen eftersom de fokuserar på hur individer upplever påverkan från opinionsledare och andra källor på sociala medier.

## 4. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur gymnasieelever bedömer trovärdigheten hos innehåll på sociala medier. Vi vill skapa förståelse för vilka tillvägagångssätt gymnasieelever använder sig av och vidare undersöka vilka faktorer som påverkar deras beslut att sprida vidare innehåll. Till sist vill vi också undersöka hur eleverna förhåller sig till och upplever att influencers spelar in i deras tillit till information på sociala medier.

### 4.1. Frågeställningar

**Frågeställning 1:** Vilka taktiker använder gymnasieelever för att bedöma trovärdighet på sociala medier?

Genom att undersöka hur gymnasieelever avgör och bedömer trovärdigheten i innehållet på sociala medier kan vi förstå deras användning och förmåga att kritiskt hantera medielandskapet bättre.

**Frågeställning 2:** Vilka egenskaper hos inlägg på sociala medier ser gymnasieelever som viktiga i valet huruvida de delar vidare innehåll?

På sociala medier där fakta och åsikter ofta blandas ihop är det viktigt att undersöka hur gymnasieelever värdesätter sanningshalten och eventuella andra egenskaper i innehåll för att få insikter om trovärdighet på plattformar faktiskt är relevant ur en ung individs perspektiv.

**Frågeställning 3:** Vilken roll spelar influencers i dessa bedömningar?

Utifrån tvåstegshypotesen spelar opinionsledare en central roll för vilket innehåll som mottagare tar till sig och sprider vidare. Det blir intressant att se om framför allt influencers har en roll i vad för innehåll som gymnasieelever bedömer som trovärdig.

## 5. Metod

Detta kapitel presenteras alla de val som gått in i processen av att utforma en studie. Här introduceras valet av en kvalitativ metod och hur detta lämpar sig efter syfte och frågeställningar som presenterats tidigare. Kapitlet redovisar också vilket urval som tillämpats och hur tanken bakom dessa val och hur de kom att påverka studiens genomförande. Till sist förs också en diskussion kring valens lämplighet och en etisk reflektion.

### 5.1. Val av metod och design

Studien ämnar efter att undersöka gymnasieelevers upplevelser, åsikter och tankeprocess när de stöter på innehåll på sociala medier. Vi vill på en djupare nivå förstå och utvinna kunskap kring hur gymnasieelever tänker kring desinformation och fake news på sociala medier och hur de förhåller sig till fenomenet. Därför har vi valt att använda en kvalitativ metod och genomföra semistrukturerade intervjuer med 12 personer. En kvalitativ intervjustudie är lämplig för att undersöka människors sätt att uppleva verkligheten och när studien vill undersöka kvalitativa egenskaper, processer och relationer (Ekström & Johansson, 2019:17–18). Med vår studie strävar vi efter att få en djupare förståelse om gymnasieelever och desinformation på sociala medier och denna kunskap kan utvinnas med hjälp av en kvalitativ metod (Esaiasson et al, 2017:211). Den första frågeställningen avser att undersöka hur gymnasieelever går till väga när de avgör om information på sociala medier är trovärdig eller inte. Den riktar fokus på vilka taktiker som eleverna använder sig av utifrån Swart & Broersma (2022) ”Taxonomy of Tactics”. Den andra frågeställningen menar att undersöka elevernas tankeprocess när de konsumerar innehåll på sociala medier och vad som ligger bakom valet att dela vidare innehåll. Här undersöks vilka faktorer som spelar in när gymnasieeleverna sprider vidare inlägg som de konsumerar på sociala medier. Till sist avser den tredje frågeställningen att undersöka om och hur influencers roll spelar in i denna process. Den menar att undersöka hur eleverna resonerar kring influencers roll i spridning av information och hur tillit till dem gör skillnad på vad de väljer att anse som trovärdigt. Dessa frågeställningar ämnar undersöka processen i att konsumera innehåll på sociala medier och vad som ingår i beslutsfattningen av att dela vidare inlägg. Dessa frågor som då berör processen gymnasieelevers konsumtion och spridning av innehåll på sociala medier öppnar

upp för en kvalitativ metod eftersom den rör processen och relationer (Ekström & Johansson, 2019:17–18).

Som nämnt ovan blir en kvalitativ intervjustudie fördelaktig med tanke på det vi avser att undersöka men det finns såklart risker. En påtaglig faktor som spelar in vid kvalitativa intervjuer är relationen mellan intervjuare och intervjuperson där den intervjuade antar en sårbar position eller vill vara till lags med intervjuaren (Kvale & Brinkman, 2014:130). Detta kan påverka intervjun på så vis att intervjupersonen ger svar som hen tror att den borde, i stället för vad hen faktiskt tänker. Dessutom finns många invändningar mot den kvalitativa intervjun som vetenskaplig metod och den kritiseras för att vara subjektiv, personberoende och saknar generaliseringsanspråk men Kvale (1997:262) vill hävda att detta också är dess styrkor:

“Själva styrkan i intervjun är dess privilegierade tillträde till intervjupersonernas vardagsförståelse, den förståelse som föder deras världsuppfattning och ligger till grund för deras handlande. Det medvetna bruket av ett subjektivt perspektiv behöver inte ge en negativ snedvridning; snarare kan intervjupersonernas och uttolkarens personliga perspektiv ge en klar och känslig uppfattning om fenomenen i vardagsvärlden”

Vidare kommer denna studie att anta en abduktiv ansats som berör både teori och empiri eftersom vi kommer använda oss av tidigare forskning och ett teoretiskt ramverk för att kunna analysera resultaten men samtidigt vara öppna för nya och oväntade insikter från vårt insamlade empiriska material (Kvale & Brinkman, 2014:239–240). Den abduktiva ansatsen har med fördel att vi som forskare kan röra oss mellan teori och insamlade data om vi skulle få resultat som inte kan förklaras med hjälp av det teoretiska ramverket (Eksell & Thelander, 2014:203). Detta innebär att studien antar en teoriprovande design och eventuellt, och förhoppningsvis, en teoriutvecklande design som ger nya insikter på forskningsområdet.

## 5.2. Urval

Vid val av respondenter krävdes det att intervjupersonerna var gymnasieelever och ingick i åldersspannet 16–20 år då det är åldern på majoriteten av studenterna på en gymnasieskola (Skolverket, u.å.). Vi kontaktade ett gymnasium där två lärare valde ut klasser som hade tid att intervjuas under skoltid. Det blev elever från programmen ”barn- och fritidsprogrammet” och ”samhällsvetarprogrammet”. Fördelarna med dessa program är att ett program är

högskoleförberedande (samhällsvetarprogrammet) och det sistnämnda programmet är ett yrkesprogram. Yrkesprogram är inriktade på att förbereda eleverna för arbetslivet direkt efter gymnasiet och erbjuder praktiska utbildningar inom specifika yrkesområden (Skolverket, 2024.). Det leder till att vi förhoppningsvis får elever med olika intressen, olika mål och olika erfarenheter. Gymnasieskola valdes efter bekvämlighet, då vi hade kontakt till lärare på skolan. Dessutom var det ett medvetet val på så sätt att vi skyndsamt ville välja skola för att inte detta skulle bli en långvarig process som tog tid och gav mindre tid åt andra delar i forskningsprocessen såsom metod, intervjuguide och analys. Vi valde att intervjua 12 elever sammanlagt då detta anses som representativt antal i en kvalitativ intervjustudie (Kvale & Brinkmann, 2014:156). Dessutom passade det in i det tidsspann vi hade för intervjuerna i skolan. Vi fick två dagar på oss att intervjua 12 personer. Intervjupersonerna valdes inte ut slumpmässigt, utan handplockades av lärarna som kontaktades på gymnasiet. Detta skapar en diskussion kring vilka elever som valdes ut och baserat på vad. För att säkerställa att läraren valde elever där vi kunde få en mångfald av svar styrde vi läraren genom att be om intervjupersoner från olika program, årskurser och av olika kön. Detta kontrollerades igen genom att fråga läraren på plats om urvalet. Då fick vi svaret att läraren valde elever som skulle intervjuas utifrån aspekterna program, könsfördelning och bekvämlighet då det är elever som han själv undervisar. Intervjuerna tog mellan 10–25 minuter per intervju, detta med en väl genomtänkt intervjuguide och semistrukturerad metod i intervjuerna. Med detta hoppades vi kunna få varierade svar på intervjuerna med tanke på blandningen av eleverna. Alla tre årskurser (åk 1–3) deltog vilket innebär att vi får ungdomar inom åldersspannet 16–20 år. Eleverna har gått olika länge på gymnasiet vilket kan innebära olika erfarenheter och även det är till vår fördel för varierade intervjusvar.

Vi eftersträvade ett så blandat urval av kön som möjligt, detta eftersom det kan leda till varierad datainsamling med ett bredare perspektiv. I studien deltog 6 kvinnor och 6 män. Män och kvinnor kan ha olika erfarenheter, synsätt och värderingar beroende på sociala, kulturella och biologiska faktorer. Att inkludera båda könen ger en mer komplett bild av vårt forskningsämne. Blandningen av kön säkerställer att data representerar olika perspektiv. Elevernas bakgrund var inget vi medvetet försökte påverka innan intervjuerna. Vi ville gärna ha elever med olika erfarenheter för att få varierade resultat, men genom att inte medvetet välja ut eleverna utifrån erfarenhet säkerställer vi neutralitet och naturliga variationer i svaren. Det stärker trovärdigheten och forskningens legitimitet. Om deltagarna valts eller påverkats

utifrån specifika bakgrunder finns det risk för att de känner sig pressande att svara på ett sätt som de tror är förväntat. Ett mer neutralt urval möjliggör spontana och ärliga svar. Det är också etiskt viktigt att inte försöka manipulera eller styra deltagarna då det kan uppfattas som exkluderande och diskriminerande. Vi vill främja rättvisa och hög representation av gymnasieeleverna i forskningen.

### 5.3. Genomförande

Att utforma en välgjord intervjuguide kräver en genomtänkt strategi och detta gjorde vi genom att först definiera syftet med intervjun. Syftet har operationaliserats till frågeställningarna med hjälp av tidigare forskning och teori för att det ska bli relevant och mätbart. Frågeställningarna fungerade sedan som teman i intervjuguiden för att säkerställa att vi fick svar på syftet med studien. En väl planerad intervjuguide brukar ge koncentrerade samtal som inte tar för lång tid men ändå är rika på information (Esaiasson et al., 2017:277). Vi läste därför på mycket tidigare studier och forskning om desinformation, fake news och sociala medier. För att ställa frågor som en ungdom kan svara på utgick vi mycket från oss själva. Vi är inom åldersspannet själva (16–20 år) och kunde därför utgå ifrån vad vi hade tyckt var svårt eller obekvämt att svara på. Då kunde vi anpassa frågorna för att intervjupersonerna skulle bli bekväma under intervjun. Bekvämlighet är viktigt eftersom det kan leda till mer öppna svar och därmed utvecklade resultat, så intervjun genomfördes på ett ställe där den intervjuade känner sig så bekväm som möjligt (Esaiasson et al., 2017:277). En bekväm plats tänkte vi att skolmiljön skulle vara och vi genomförde därför intervjuerna i ett enskilt gruppum där intervjun inte skulle störas av andra personer eller överhöras. Gymnasieeleverna är vana vid miljön och behöver inte anstränga sig genom att ta sig någon annanstans för intervjun, vilket vi hoppas ökar bekvämligheten.

Vi strukturerade intervjun i teman efter våra tre frågeställningar för att skapa en röd tråd och få med alla aspekter av syftet. Vi strävade efter att skapa öppna frågor som ger respondenten möjlighet att ge utförliga och nyanserade svar. Till skillnad från ja/nej-frågor uppmuntrar de till reflektion och kan ge djupare insikter men även ja & nej frågor ställdes till intervjupersonerna för att öppna upp för olika följdfrågor. Intervjun började med lättare, mer allmänna frågor för att skapa en bekväm atmosfär och bygga förtroende hos respondenten. Vi anpassade språket efter gymnasieeleverna och valde inga ord som riskerade att

intervjupersonen missförstod oss, detta för att undvika förvirring och missförstånd. Genom att förklara begrepp, som exempelvis ”kontroversiellt” skapades en gemensam förståelse för frågorna. De fick även själva identifiera begreppen ”influencers” och ”fake news” för att det inte skulle ske några missförstånd mellan oss. Vi testade intervjufrågorna på familjemedlemmar i samma ålder som tänkta intervjupersoner för studien. Detta gjordes för att identifiera eventuella problem såsom otydliga eller ledande frågor. Enligt Ekström och Larsson (2013:65) rekommenderas provintervjuer för att testa provmanualen. Vi resonerade innan intervjuerna att vi inte skulle visa genom ansiktsuttryck och kroppsspråk vad vi tyckte om svaren, då detta kan påverka hur öppna och sanningsenliga eleverna är vidare i intervjun. Vi avslutade med att fråga varje intervjuperson om de ville tilläga något för att ge möjlighet för ytterligare information och idéer vi inte funderat över. Transkriberingen var sedan en tidskrävande process där vi satt med varje enskild intervju och antecknade. Redan under transkriberingen markerade vi delar som vi tyckte kändes intressanta eller viktiga som vi senare kunde återgå till. Vi analyserade transkriberingarna noga för att se om vi kunde återfinna mönster och teman i intervjusvaren vilket vi också kunde se att det fanns. Dessa teman blev sedan centrala huvudpunkter i presentationen av resultatet. I analysen kopplade vi tillbaka resultaten till tidigare studier och teoretiska perspektiv för att se skillnader, likheter och utvecklingar inom ämnet.

#### 5.4. Etisk reflektion

Vi säkerställde att både datainsamlingen och databearbetningen genomfördes med etisk hänsyn såsom att deltagarnas svar var anonyma och behandlades konfidentiellt. Varje deltagare fick fylla i en samtyckesblankett om godkännande av personliga uppgifter i studien. Detta för att stärka forskningsetik, trovärdighet och minska risken för att deltagarnas svar påverkades av press eller rädsla för spridning. Vi förklarade i början av varje enskild intervju med gymnasieeleverna vad forskningen innebär och hur data kommer användas. Vi var noga med att båda två (som intervjuare) bekräfta känslan av att eleverna deltog frivilligt. Vi förklarade att de kan dra sig ut när som helst och att de får välja att inte svara på frågor.

## 5.5. Metoddiskussion

Kvaliteten på intervjudata som samlades in i denna studie är hög. Vi resonerade, analyserade och testade intervjuerna redan innan de faktiska intervjuerna som studien skulle använda sig av. Intervjuguiden var väl genomtänkt och studerat av oss ur ett forskarperspektiv, handledare samt individer i samma åldersspann som de tänkta intervjupersonerna. Användningen av semistrukturerade intervjuer tillät deltagarna att uttrycka åsikter fritt samtidigt som vi kunde styra samtalet för att relevanta teman täcktes in i svaren. Detta bidrog till utvecklade och nyanserade data. Ett möjligt problem med kvalitativa metoder är risken för subjektivitet, där forskarens egen förförståelse och tolkning kan påverka datainsamling och analys. Vi var medvetna om detta och arbetade för att försöka minimera risken genom att ha öppen och reflekterande kunskap kring vår roll i studien. En annan aspekt som kan ge snedvridning i resultat är att lärarna valde elever. Det gör att vi som forskare inte har full kontroll över urvalet och reliabiliteten. Vi hanterade detta problem genom att kontrollfråga lärarna som valt elever kring kön, program och årskurs. Med kvalitativ metod har vi kunnat samla in resultat som ger djupa svar och ingående kunskap kring gymnasieelever och desinformation. Samtidigt kan användningen av kvalitativa data innebära begränsningar i generaliserbarheten eftersom resultaten är beroende av en liten och specifik urvalsgrupp.

Validitet handlar om huruvida man mäter det vi avser mäta (Kvale & Brinkmann, 2014:402). Vi strävade efter hög validitet i vår studie genom att ha tydlig koppling mellan våra intervjufrågor och studiens syfte och frågeställning. Det var viktigt för oss att intervjufrågorna gav svar och insikter till frågeställningarna. Genom att testa intervjuguiden på personer utanför urvalet ökar vi validiteten. Det finns alltid risk för att deltagarna ger svar som de tror är önskade eller förväntade vilket kan påverka validiteten negativt. Genom att försöka skapa en trygg och öppen atmosfär hoppades vi minska risken för socialt önskade svar.

För att säkerställa att resultaten i studien stämmer överens med vårt syfte, alltså intern validitet (Esaiasson et al, 2017:154-155) har vi varit noga med att tydligt och transparent beskrivit hela forskningsprocessen såsom urval, insamling och analys av data för att öka förtroendet för studiens resultat. Vi vill vara tydliga med våra brister och styrkor under forskningsprocessen. För att stärka studien har vi varit noga med att definiera begreppen som används, exempelvis trovärdighet, sociala medier, gymnasieelever, fake news, desinformation och ungdomar. Under intervjuerna frågar vi gymnasieeleverna om de själva kan definiera

begrepp för att få deras tolkning av begreppen. Detta för att säkerställa gemensam tolkning, minska risk för missförstånd och ge intervjupersonen chans att öppna upp sig kring ämnet och individuell tolkning. Vi använder två olika teorier, Media literacy och Tvåstegshypotesen, för att beskriva syftet och hitta perspektiv kring forskningsämnet och stärka trovärdigheten för studien.

Reliabilitet handlar om pålitlighet i mätningen, alltså om resultatet skulle bli samma om studien upprepades under liknande omständigheter (Kvale & Brinkmann, 2014:402). Genom att använda samma intervjuguide och förhållningssätt till alla elever försökte vi öka reliabiliteten. Transkriberingen efter intervjuerna gjordes nära inpå intervjutillfällena för att minimera risken för feltolkningar och för att säkerställa att vi skulle ha bra minne av sammanhanget och detaljer från samtalen. Dessa detaljer innebär tonläge, stämning, suckar, betoningar och känslor som uttrycks under intervjun.

## 6. Resultat

I detta kapitel presenteras resultatet från de kvalitativa intervjuerna som genomfördes med gymnasieeleverna. Den första delen kommer att beröra elevernas resonemang kring begreppet *fake news* och hur de själva tolkar det, samt hur de tänker kring spridningen på sociala medier. Därefter presenteras resultatet utifrån frågeställningarna. Gymnasieeleverna som deltog i studien medgav alla att de var aktiva användare av någon form av sociala medier. Deras användning varierade och genomsnittet för antal timmar som de använder sociala medier var nästintill fyra timmar per dag. Melina beskriver sin sociala medie-användning så här:

“När jag vaknar går jag direkt in på Snapchat, sen efter det kanske jag kollar TikTok i typ 45 minuter. Sen går jag upp, äter lite frukost, tittar på TikTok igen. Sen åker jag till skolan, tittar på TikTok igen. Sen är jag i skolan och så tittar jag på TikTok och så kommer jag hem och så tittar jag TikTok”

Detta illustrerar hur gymnasieeleverna frekvent använder sociala medier i deras vardag både under skoltid och hemma. Följande elever deltog i intervjustudien, observera att deras riktiga namn är utbytta till nedanstående:

*Elias 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 2-3h sociala medier/dag*

*Elin 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 4-5h sociala medier/dag*

*Melvin 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 1h sociala medier/dag*

*Tilda 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 6h sociala medier/dag*

*Emma 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 5h sociala medier/dag*

*John 17 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 2-3h sociala medier/dag*

*Simon 18 år, Samhällsvetarprogrammet Media, årskurs 3; 7-8h sociala medier/dag*

*Ivar 18 år, Barn och fritidsprogrammet, årskurs 2; 2-3h sociala medier/dag*

*Melina 17 år, Barn och fritidsprogrammet, årskurs 2; 7h sociala medier/dag*

*Wilmer 17 år, Barn och fritidsprogrammet, årskurs 2; 3h sociala medier/dag*

*Alicia 16 år, Samhällsvetarprogrammet, årskurs 1; 7h sociala medier/dag*

*Jenny 16 år, Samhällsvetarprogrammet, årskurs 1; 7-8h sociala medier/dag*

## 6.1. Fake News

När vi frågade kring Fake News på sociala medier i intervjuerna, så var alla deltagare bekanta med begreppet och kunde kort beskriva vad det var. De beskrev det som att någon säger en sak men har en annan mening med det och påverkar på ett negativt sätt eller i deras agenda. Det beskrivs också som nyheter som försöker se riktiga ut men som bara sprider falska saker, falska fakta på nyheterna, nyheter som inte stämmer överens med verkligheten, sådana som sprider propaganda och kommer med fejk-information och falska nyheter på sociala medier som läggs ut för att framstå som riktiga nyheter. Alla deltagare är överens med att de stöter på fake news på sociala medier, vissa oftare än andra. Det som skiljer sig mellan intervjuerna är om det är svårt att avgöra vad som är fake news. Simon anser att det är ganska lätt att avgöra vad som är fake news och när du stöter på det på sociala medier och beskriver det som att:

”Svenska saker kan jag tycka är rätt så lätt för man hänger ändå med vad som händer i närtiden, man har ju en hyfsad bild i alla fall. Om det dyker upp en helt annan grej från en mindre sida så tänker man efter”

John verkar osäker och beskriver det som att det kan vara svårt för väldigt unga och äldre personer att se vad som är fake news. Detta eftersom yngre personer inte har kunskapen om vad som är på riktigt och inte medan äldre personer inte är lika informerade om teknologin och kunskapen kring exempelvis AI brister där. Lite senare i intervjun nämner han att det inte är svårt att avgöra vad som är fake news eftersom många medier rapporterar om vad som är fejk och inte.

De andra intervjudeltagarna anser att det är svårt att avgöra i stunden vad som är fake news och inte, och att man behöver kolla upp det närmre för att veta exakt vad som är sant. Dessa intervjudeltagare anser att det är svårt beroende på vad det är för nyhet. Ofta dubbelkollar de inte nyheterna utan skrollar bara vidare, om det inte är en nyhet som är så intressant. Flera deltagare anser att det spelar roll vem som publicerar nyheten, och hur nyheten ser ut gör dem misstänksamma kring om det är fake news. Här spelar alltså hur nyheten är uppbyggd med format, text och presentation roll. Detta är en taktik som nämns i teorin ”A Taxonomy of Tactics”. Swart och Broersma (2022) argumenterar för att formen på nyheter är viktigare för användare när de bedömer sanningshalten än själva innehållet i sig och beskrivs som ”presentation of news: design, tonality, format”. Det beskrivs vidare att webbplatsens design kan vara särskilt viktiga när källan inte är bekant för läsaren (Swart & Broersma, 2022). Det

kopplar vi till när Wilmer tar upp i intervjun att hur folk försöker övertyga och hur nyheten framställs kan få honom att tveka på trovärdigheten. I denna del är också ”prior-knowledge” aktuell eftersom gymnasieeleverna använder tidigare kunskap för att resonera kring vad som är fake news och inte.

## 6.2. Vilka taktiker använder gymnasieeleverna för att bedöma trovärdigheten på sociala medier?

I detta kapitel presenteras vilka tillvägagångssätt som gymnasieeleverna använder sig av för att undersöka och säkerställa trovärdigheten i det innehåll de tar del av. Detta kommer göras med grund i ”A Taxonomy of Tactics” från Swart & Broersma (2022) och News & Media literacy.

### 6.2.1. Välkända och etablerade källor

Gymnasieeleverna använder olika strategier för att avgöra trovärdigheten i innehållet på sociala medier. Swart & Broersma (2022) redovisar att en vanlig taktik för att avgöra trovärdig information var med hjälp av källan. Om källan ansågs välkänd och etablerad, antogs den också vara trovärdig. Hos gymnasieeleverna kunde vi se samma mönster då de ansåg att stora nyhetsmedier såsom Aftonbladet, SVT och Expressen innebär sann och trovärdig information. Många har Aftonbladet som primär nyhetskälla eftersom de har ett konto på TikTok som många av eleverna stöter på när de skrollar i sitt flöde. Eftersom många inte aktivt söker upp nyheter så blir de sociala medierna deras primära sätt att ta del av information. Elin, en av intervjudeltagarna, nämner att hon litar mer på SVT än Expressen och Aftonbladet eftersom SVT arbetar neutralt och inte är politiskt lagt. Aftonbladet vill helst ta ut det mest dramatiska i nyheter och både Expressen och Aftonbladet kan säga saker på ett annat sätt eftersom de kan vara mer politiskt lagda, men det är fortfarande trovärdiga källor i grunden anser både Emma och Elin. Samtidigt berättar Simon att han litar på Aftonbladet eftersom det är en stor nyhetssida och han tror inte att de skulle våga sitta och ljuga på så stor plattform. Majoriteten av gymnasieeleverna bekräftar att man anser att Aftonbladet är en trovärdig källa. Gymnasieeleverna använder igenkänning som en intuitiv metod för att bedöma trovärdighet när det är en etablerad nyhetskälla som ständigt dyker upp i flödet på sociala medier. Många intervjudeltagare bedömer trovärdigheten baserat på tidigare

erfarenheter med nyhetskällan och dess innehåll. Detta visar sig bland annat genom Emma, Simon och Elin som upplever SVT och Aftonbladet mer trovärdiga än andra källor som inte är lika välkända på sociala medier, detta utan att göra djupare analyser. Gymnasieeleverna tror att mindre etablerade nyhetskällor på sociala medier skulle kunna gynnas av att ljuga för att få fler visningar och bättre exponering och att det är därför de litar mer på nyheterna som Aftonbladet publicerar på TikTok. Dessutom är de skeptiska mot att nyhetskällorna inte har kontaktuppgifter eller när de inte kan hänvisa till vem som påstår saker i nyheten. Vidare kunde vi också se att intervjudeltagarna har större tillit till traditionella medier, exempelvis TV och tidningar än vad de har för sociala medier. Emma säger så här:

”Ja det tror jag, ett nyhetsprogram på tv har jag mer förtroende för än om det skulle komma upp en video på TikTok till exempel”

Gymnasieeleverna menar att det som skiljer sociala medier från de traditionella är vem som har möjlighet att publicera innehåll. Eleverna nämner att traditionella nyhetssidor är mer professionella medan sociala medier kan vända och vrida på informationen. Traditionella nyhetskällor anser de är mer av ett ”jobb” och att det finns större konsekvenser om de skulle publicera felaktig information. De strategier från *A Taxonomy of Tactics* som kan appliceras är ”Familiarity of the news source”, ”Institutional character of the news source” och ”Perceived risks of the news source”. Det vill säga källans auktoritet och tidigare erfarenhet av källan avgör för gymnasieeleverna att informationen de tar del av är trovärdig eller inte. Swart och Broersma (2022) förklarar att den öppenhet som finns hos sociala medier gör att vem som helst kan lägga upp vad som helst utan att bevisa att det är sant. Detta gör att pålitligheten hos sociala medier blir lägre än hos traditionella medier där flera av gymnasieeleverna beskriver just detta i intervjuerna. Det svar som skiljer sig från mängden är Elias:

”Jag tror att det är enklare att sprida misinformation på sociala medier men tidningar och traditionella källor kan också sprida misinformation bara att det är lite svårare för det är mer granskningar och så. Det är mer organiserat liksom, de har en person för granskning av källor”

Det är intressant att de litar mer på traditionella nyheter än på nyheter via sociala medier. Kan detta innebära att gymnasieeleverna litar mer på när SVT publicerar nyheter på exempelvis TV, och mindre när SVT publicerar nyheter på exempelvis TikTok? I vår studie får vi inte ut något svar på just detta men utifrån det eleverna uttrycker i sina

intervjuer litar man generellt på SVT, så det verkar inte ha betydelse om det är via TV eller TikTok man får nyheten från. Vidare uttrycker Elias att han litar på en blandning av båda två och att det inte finns fullt förtroende för varken den ena eller den andra.

#### 6.2.2. Att söka vidare och jämföra källor

Ytterligare en strategi som gymnasieeleverna hade gemensamt var att undersöka om flera olika källor säger samma sak. Detta gjorde de genom att söka vidare, oftast via Google, på den informationen de tagit del av på sociala medier. Då tittade eleverna vidare om andra källor skriver samma information som de läste på sociala medier. Dock nämner de flesta intervjupersoner att de endast söker upp information och dubbelkollar trovärdigheten ibland och att det beror på vilken typ av information det gäller. Gymnasieeleven Elias svarar på om han brukar kolla upp om information han stöter på så här:

”Ibland händer det att jag inte tror på saker och ting och så kollar jag upp det, jo det gör man. Fast först och främst så kollar jag på självaste nyhetssidan och ser vad deras syfte är och vem som har gjort inlägget och såna saker. Vad är syftet med tidningen och såna saker men annars det är inte ofta man gör det, bara ifall man verkligen är skeptisk”

Denna inställning går att återfinna i många av respondenternas svar och vi kan därför förstå att gymnasieelever väljer att söka upp informationen ibland och då på villkoret att de är skeptiska gentemot det de läser, men att de ibland också väljer att skrolla vidare. Melvin blir tillfrågad om han litar på inlägg från nyhetssidor på sociala medier och svarar:

”Jag reflekterar inte över nyheter på samma sätt på sociala medier, mer att jag tar in och går vidare. Det blir naturligt att man fortsätter att skrolla och skrolla. Skulle inte säga att jag har samma sinnesinställning när jag tar in den informationen”

Vad Melvin förmedlar tolkar vi som att hans inställning på sociala medier är specifik för det sammanhanget och att den informationen han tar del av där inte är något han lägger vidare reflektion över. Däremot berättar Melvin att han aktivt brukar ta del av nyheter via Nyhetsmorgon och att han där har en annan inställning med fokus på att ta in information. Vad gäller sociala medier brukar gymnasieeleverna inte söka sig vidare om inte informationen upplevs viktig eller relevant för dem själva eller om de diskuterat vidare information med vänner och att det då ifrågasatts. Alla eleverna svarade också på att de lärt

sig om källhantering i skolan och att det används i skolarbeten men endast om det är ett krav för uppgiften. En central strategi i deras källhanteringsprocess är att jämföra olika källor mot varandra. När vi sedan frågade eleverna om det de lärt sig i skolan är något som påverkar deras källkritik på sociala medier i sitt privatliv varierar svaren. En del tror att de är mer kritiska på grund av att de fått med sig det från skolan och andra menar att de hade med sig det sedan innan, hemifrån. Några menar att de inte använder källkritik medvetet alls i sitt privatliv. Ett exempel är Melvin som menar att han blivit mer källkritisk efter att skolan lärt ut om det:

”Jo men det tror jag. Innan vi tog upp det här med att vara källkritisk skulle jag hävda att jag inte var det alls. Jag trodde på det mesta jag såg. Jag tror det definitivt har hjälpt mig att vara kritiskt till information”

Dessa strategier kan förklaras enligt Swart och Broersma (2022) som ”*Cross-referencing*” vilket innebär att eleverna söker vidare på andra källor som de förmodar ska ge samma information och därför stärka den första källan som de möter. Om fler källor stämde överens med informationen verifieras trovärdigheten och eleverna säkerställer då att den information de stött på är sann. Likt resultatet från Swart & Broersma (2022) upplevde eleverna i vår studie att detta tog tid och genomfördes endast om informationen var tillräckligt relevant enligt dem. Detta går att vidare koppla till Nygren & Guath (2019) som i sin kvantitativa enkätstudie valde att ge exempel på falska nyheter som respondenterna skulle avgöra trovärdigheten hos. Här visade det sig att eleverna inte var så begåvade på att se vad som var falskt eller inte. Detta kanske då går att förklara med hjälp av att den information som Nygren & Guath (2019) introducerade till respondenterna var sådan som de inte ansåg vara relevant och därför inte undersökte den vidare. Alltså kan förmågan att avgöra trovärdighet bygga på intresset av informationen som gymnasieeleverna bemöter. Hade Nygren & Guath (2019) presenterat andra exempel som respondenterna ansåg vara relevanta hade kanske förmågan att avgöra trovärdigheten varit större

### 6.2.3. Vikten av igenkänning och realistiska nyheter

Vi kan också se att gymnasieeleverna tenderar att tro på innehåll de känner igen sen tidigare och att nyheter de har koll på gör att de anser att nyhetssidan är mer trovärdig. Melina berättar att:

”Om man skriver att jorden kommer gå under om två dagar, då tror jag inte på det. Jag tror inte på extrema nyheter”

En central del inom News & Media Literacy är förmågan att kritiskt analysera och tolka innehåll. Det Melina berättar visar att elever använder igenkänning som en slags genväg för att avgöra trovärdigheten. När innehållet handlar om ämnen deltagarna är bekanta med är det mer sannolikt att källan anses vara trovärdig. Om det är överdrivet, extremt eller orealistiskt känns det inte sant menar flera elever. Detta baseras på igenkänning av vad som kan vara realistiska nyheter. Man använder alltså erfarenhet och tidigare kunskaper för att avgöra trovärdighet även här, likt resultatet från Swart & Broersma (2022). Deras sätt att bedöma trovärdighet bidrar till viss nivå av självständigt kritiskt tänkande. Det kan leda till att man inte tror på all fakta som kommer från källor man inte hört talas om förut och kan ha en positiv effekt. Gymnasieeleverna blir mer kritiska gentemot källor och litar inte blint på det de ser på sociala medier. Det negativa är att detta riskerar att skapa ett slags beroende av att alltid återfinna tidigare omtalad information i nyheter och därmed inte litar på någonting annat som skrivs trots att det är sant. Att eleverna använder tidigare kunskap för att avgöra trovärdigheten är ”prior-knowledge” från *A Taxonomy of Tactics* (Swart & Broersma, 2022). Många av intervjudeltagarna verkar också gå på magkänsla när det kommer till vad man bedömer som trovärdigt vilket kan kännas igen från *A Taxonomy of Tactics* som ”intuition” vilket innebär att det inte finns något vidare resonemang kring att en källa anses trovärdig utan det är känslan som avgör.

#### 6.2.4. Social tillit

Ytterligare en egenskap som gymnasieeleverna har gemensamt är ”social tillit”, det vill säga om andra säger att det är sant så antar eleverna att det är trovärdigt. Några av eleverna använder kommentarer i inlägg på sociala medier som ett sätt att verifiera källans trovärdighet. De brukar alltså läsa kommentarerna på inlägget för att få en slags känsla för vad som kan stämma och inte. Om kommentarerna kritiserar inläggets sanningshalt och argumenterar för något annat som låter mer trovärdigt, anser man att nyhetsinlägget inte är trovärdigt. Ibland delar de vidare nyheter till kompisar och frågar om det kan vara en sann nyhet för att bedöma trovärdigheten. Ibland berättar gymnasieeleverna om nyheten de läst för sina kompisar och när de svarar att det inte är en sann nyhet, så söker de upp för att bekräfta kompisens och trovärdigheten i nyheten. Flera av intervjupersonerna uppger att de ibland delar

vidare inlägg föra att få de bekräftade eller ser vad andra har kommenterat. Detta beskrivs som ett sätt att bedöma trovärdighet enligt ”endorsement of other” från *A Taxonomy of Tactics* (Swart & Broersma, 2022). Det handlar om hur socialt stöd och godkännande påverkar en människas uppfattning av trovärdigheten i en källa. Gymnasieeleverna tenderar att lita på information som andra litar på.

### 6.3. Vilka egenskaper i inlägg på sociala medier ser gymnasieeleverna som viktiga i valet huruvida de delar vidare innehåll?

Alla elever berättar att de aktivt väljer att dela vidare innehåll på sociala medier, framför allt på Instagram och TikTok. Vi ville vidare undersöka vilka faktorer som gjorde att de väljer att dela vidare just specifika inlägg.

#### 6.3.1. Sanningshalt

Vi valde att lägga extra fokus på om sanningshalten i den information gymnasieelever tog del av var av betydelse när de delar vidare inlägg eftersom en central aspekt i News & Media literacy är hur trovärdighet avgörs (Vraga et al, 2021). Flera intervjudeltagare medger att sanningen inte är av stor betydelse när de skrollar på sociala medier men att det blir desto viktigare när det gäller att dela vidare innehåll. Sanningsenliga inlägg har större chans att delas vidare då eleverna menar att de helst inte vill sprida falsk information. Samtidigt är det inte alltid som eleverna faktiskt undersöker om inlägget är sanna eller inte. Elin beskriver det så här:

”Alltså det är större chans att jag delar vidare om jag känner att den är sann, kanske tvekar lite annars och tänker att ”nej det kanske inte stämmer”, så är det dåligt att skicka vidare om någon annan tror på det”

Vidare tänker Elin att sanningen spelar roll eftersom det är oansvarigt att sprida vidare sånt som inte stämmer. Melvin berättar ungefär som Elin att han bryr sig om innehållet är sant men att han också hade kunnat dela inlägg som inte är det:

”Kan ju också vara det där att jag skickar och meddelar en polare om jag vet om det är falskt för att skicka ”kolla vad de håller på med nu”. Om en riktig och stor nyhet ska skickas är det viktigt för mig att den är sann”

Betyder det att sanningen är mindre viktig om det är en mindre nyhet? Det kan tolkas som att delning av stora nyheter anses vara en mer seriös handling, med större socialt och personligt ansvar. Gymnasieeleverna gör en distinktion mellan vad de anser är en "större" och "mindre" nyhet. Vad är en stor nyhet? Kanske kan det vara något samhällsrelaterat viktigt såsom en global händelse eller politik medan en mindre nyhet är något som inte påverkar samhället så mycket, eller en mer underhållande nyhet. Om eleven tolkar "större" och "mindre" som förklarar ovan kan svaret vara att man inte vill dela större nyheter eftersom de inte har ett underhållande syfte på samma sätt som "mindre" nyheter och ofta har en större påverkan på samhället eller viktigare saker. Två intervjupersoner medger motsatsen till tidigare elever och säger rakt av "nej" till om det är viktigt att den information man delar på sociala medier är sann. Vissa intervjupersoner förklarar att de inte alltid har koll på om ett inlägg är sant eller inte men om det är självklart att informationen inte stämmer så skulle de inte sprida vidare detta. Samtidigt finns det undantag där sanningshalten blir mindre relevant enligt gymnasieeleverna. Exempelvis säger Elias att underhållande innehåll delas vidare även om sanningen inte är kontrollerad:

"Om det är ett underhållande inlägg så spelar det ingen roll tycker jag. För det är bara underhållning, det ska vara roligt och underhållande. Det spelar ingen roll om det är sant eller falskt"

Även Simon uttrycker att om ett inlägg är underhållande eller har relevans utöver sanningen så lägger han inte så mycket vikt i om inlägget är sant eller inte. Mer om underhållande inlägg diskuteras senare som en enskild egenskap. Detta kan vara varför andra elever också svarade nej vid frågan om sanningen är viktig vid delning av inlägg. De tänker inte på sanningen eftersom de bara är ute efter underhållningen och den sociala interaktionen de får med personen de delar, och den får de oavsett om inlägget de delar är sant eller inte.

### 6.3.2. Relaterbarhet och underhållning

En aspekt i News & Media Literacy handlar om hur individer tolkar media utifrån sina egna behov och sociala sammanhang (Vraga et al., 2021). Gymnasieeleverna nämner i flera

intervjuer att de delar inlägg på sociala medier såsom TikTok och Instagram till sina vänner eftersom inläggen är relaterbara och de misstänker att vännerna kommer att tycka det de delar är roligt. Bland annat säger Tilda att hon ser inlägg som är roliga och intressanta och vill dela det med andra för att de ska få se samma sak. Emma nämner att hon ofta delar innehåll på sociala medier som påminner henne om en specifik situation eller vän. Melvin berättar:

”Som sagt, om nåt jag finner är roligt, eller det här vill jag visa, eller jag och min polare kanske pratar om något i stil med detta innan och då vill jag visa det. Det kan vara någon, fan vet jag, cool träleksak. Det kan vara vad som helst, återigen beror det på vem jag skickar det till. Jag får inte för mig att skicka samma saker till min polare som min brorsa till exempel. Jag baserar det på hur de är som person och vad vi generellt sätt skickar till varandra”

I News & Media Literacy betonas att människor ofta engagerar sig med innehåll som känns relevant för dem (Vraga et al., 2021). I intervjuerna kan vi se att dela relaterbart innehåll blir för gymnasieeleverna ett sätt att hålla kontakt, bygga gemenskap och eventuellt förstärka relationer med vänner. Det spelar inte större roll vad det är för innehåll som delas, bara att det relateras till vännen eller syskonet och har ett syfte såsom att det är ett roligt eller intressant inlägg.

Andra aspekter som gör att man delar inlägg är eftersom det ger idéer och inspiration till saker. Melvin säger att han delar innehåll som är relaterat till resedestinationer eller aktiviteter som han vill göra med sina vänner. Han delar allt från ett inlägg på en kille som sjunger jättevackert till en resedestination som han vill åka till. Även Jenny delar vidare inlägg till vänner ibland som exempelvis handlar om någon maträtt hon skulle vilja prova att göra. Elias säger att man inte vill dela chockande inlägg:

”Oftast såna inlägg som jag blir chockad över säger jag i verkligheten och inte delar liksom. Typ speciellt med Palestina-Israel kriget där man ser bilder på döda barn och sånt, det är jättechockande och sånt vill man inte dela”

Å andra sidan säger Elin att en chockande nyhet är mer gripande och spännande och att hon då delar vidare inlägget av den orsaken.

## 6.4. Vilken roll anser gymnasieeleverna att opinionsledare har?

Med tanke på intervjupersonernas unga ålder har vi i studien valt att diskutera hur gymnasieeleverna resonerar kring influencers roll i deras egna och andras åsiktsbildning. Vi har undersökt frågan “vilken roll anser gymnasieeleverna att opinionsledare har på deras bedömningar av trovärdighet och valet av att dela innehåll?” med grund i tvåstegshypotesen. Vi bad gymnasieeleverna att själva definiera vad de anser att en influencer är och alla hade väldigt liknande svar. Sammanfattningsvis var en influencer, enligt gymnasieeleverna, en person med stor följarskara som använder sociala medier för att påverka andra, ofta genom att dela sitt liv, göra reklam och vara ansiktet utåt för olika varumärken, med särskilt fokus på en yngre publik. Vidare medger gymnasieeleverna att de själva följer influencers inom kategorier så som: *mode, smink, fitness, sport, mat, musik, livsstil, humor*. Ingen av eleverna väljer att följa influencers med fokus på exempelvis nyheter eller politik. Det bevisar att sociala medier inte används av gymnasieelever för att forma sina politiska eller samhällsliga åsikter medvetet. Det kan också bekräfta att gymnasieelever inte ser influencers som trovärdiga, och att trovärdiga nyheter som exempelvis politik inte går att få från influencers.

### 6.4.1. Tillit till influencers

Gymnasiedeltagarna svarade lite olika när det kom till tillit till influencers. Vi ställde frågan ”litar du på influencers” i alla intervjuer. Några elever betonar att man behöver ha i åtanke att influencers ofta går efter pengar och därför vet man aldrig om det är sant eller falskt. De hade aldrig litat på en influencer fullt ut. Andra elever säger att de litar på influencers i grunden, men att det de inte vet så mycket om litar de mindre på och de anser att det går att lita på influencers som kan sitt ämne. Några intervjupersoner menar att det beror på information och situation. Simon och Jenny menar att när det kommer till reklam är de väldigt kritiska eftersom de bara är ute efter pengar. Tilda tycker att man nästan kan se på folk när de är ärliga och inte, så hon litar på dem som ser ärliga ut. Vidare beskriver hon:

”Många känner man ju lite hur de är som person, så om de säger något väldigt konstigt kanske man tänker att det är fejk”.

Det verkar som att många av gymnasieeleverna upplever att de kan lita mer på de influencers de följer och har följt länge. Alla verkar vara överens om att man inte kan lita

på influencers fullt ut. Gymnasieeleverna som följt influencers länge och observerat vad de publicerar litar på dessa människor mer eftersom de känner en slags gemenskap och personlig koppling till dem. Två gymnasieelever beskriver att de litar på dem som känns lika de själva och att man känner hur de är som person, så om de säger något olikt sig själva känns det inte pålitligt. Man kan se elevernas tveksamhet som en form av filtrering av mediepåverkan, där den personliga erfarenheten och kritiska reflektionen spelar en viktig roll när det kommer till tillit. Wilmer uttrycker att tilliten till influencers växer med tiden:

”Det är isåfall om jag följt de länge, då skapar man ju lite tro för dem. Det är väl att man känner att man kan lita på dem”

Gymnasieelevernas förtroende för influencers, särskilt de dem följt längre kan man koppla till tvåstegshypotesen. Influencers (opinionsledare) är en inflytelserik grupp individer (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018) och deras inflytande verkar kunna skapa en känsla av autenticitet hos gymnasieeleverna. Den kritiska inställning eleverna har gentemot inlägg och nyheter som influencers publicerar visar på hur filtreringen tvåstegshypotesen menar att information gör genom människor. Följare litar mer på budskap som stämmer överens med influencers etablerade personlighet och därmed framstår de som trovärdiga med informationen de delar. Det leder till slutsatsen att om en annan influencer de inte följer delar samma information, kanske inte eleverna litar på det.

#### 6.4.2. Upplevelser av influencers roll

En generell uppfattning som de flesta intervjupersoner uttrycker är att de tror på att influencers kan ha en påverkan på vad deras följare tycker men att de samtidigt har större förtroende för sig själva. De flesta uppgav att de säkert blivit påverkade av vad en influencer uttryck sig om men då på ett ytligt plan. De menar att man aldrig skulle påverkas av vad en influencer sagt men att de ”100%” har en påverkan på vad deras följare tycker. Många uttrycker en särskiljning mellan dem själva och andra. Melvin menar att anledningen till att han inte påverkas på ett mer personligt plan är för att:

”Det har nog med min uppväxt att göra vill jag säga. Mamma och pappa har varit väldigt tydliga med att du ska tycka det du tycker och du får uttrycka dig med det så länge det inte trycker ner något, stå kvar i det du säger så blir det bra. Det är bara så det är för mig”

Flera andra deltagare lägger också vikt i sin uppfostran och menar att deras föräldrar diskuterat mycket om att man ska bilda en egen uppfattning och stå fast i sina åsikter. Ytterligare aspekter som urskiljer intervjupersonerna från andra följare är ålder. Både Tilda och Emma tror att influencers framför allt har en påverkan bland yngre personer. Jenny diskuterar vidare vad influencers påverkan kan ha för konsekvenser:

”Jag tror att om man har många unga följare att det kan påverka hur de ser på sig själva och på samhället. Om det är många som lägger ut att de, aa men, ”så här gör du för att få bättre kropp”. Jag vet ju att mina småsyskon har sociala medier, samma som mig, och då vet jag att det påverkar hur de blir som tonåringar sen och hur de ser på sig själva och på samhället”

Tvästegshypotesen hjälper till att förklara hur gymnasieleverna stöter på information. De flesta medger att de tar del av information på sociala medier, bland annat TikTok och Instagram, där influencers och stora kreatörer florerar och blir en mellanhand från massmedier till gymnasieleverna (Jervelycke, 2018). Däremot uttrycker eleverna att de inte upplever sig påverkade av influencers och om de påverkas är det på ett ytligare plan.

## 7. Diskussion

I detta kapitel sammanfattas resultaten från respektive frågeställning och vidare diskuteras också hur gymnasieelevernas svar kan påverkas av olika faktorer. Sedan diskuteras studiens generaliserbarhet och idéer på vidare forskning som uppkom genom studiens resultat och begränsningar.

### 7.1. Sammanfattning av resultat

Med frågeställning 1 har vi undersökt hur gymnasieelever avgör och bedömer trovärdighet i innehåll på sociala medier för att förstå deras användning och förmåga att kritiskt hantera medielandskapet bättre. Genom kvalitativa intervjuer fick vi svaren att gymnasieelever har flera olika taktiker att avgöra trovärdighet på sociala medier. Alla gymnasieelever var enade om att välkända och etablerade källors innehåll litar man mer på, än mindre etablerade källor som sprider information. För dem är välkända och etablerade källor Aftonbladet, Expressen och SVT. Några elever anser att SVT är mer trovärdig än Aftonbladet och Expressen på grund av sin neutralitet i arbetet. Dessa källor blir ofta primära eftersom det är just Aftonbladet, Expressen och SVT man stöter på när man skrollar i flödet på sociala medier. Flera av eleverna bedömer trovärdighet genom att söka vidare och jämföra källor med varandra. De dubbelkollar att källorna säger samma sak genom att söka vidare på informationen de är intresserade av. Många medger att de endast gör detta ibland, och att det beror på vilken typ av information det handlar om.

Alla intervjuade elever berättar att de lärt sig om källkritik i skolan, men däremot anser inte alla intervjuade att de använder källkritiken de lärt sig i skolan när de skrollar på sociala medier på fritiden. Flera elever påpekade vikten av nyheter de känner igen och realistiska nyheter när de bedömer trovärdighet. Om de känner igen ämnet som det skrivs om litar de mer på det som skrivs. Extrema nyheter, såsom att jorden skulle gå under om två dagar, gör att de inte tror på nyheten direkt. Nyheterna behöver vara realistiska. Ett annat sätt att bedöma trovärdighet var genom kommentarsfältet hos inlägg på sociala medier eller att fråga kompisar vad de tror om innehållet som sprids. Fake News verkar vara ett fenomen som eleverna är medvetna om cirkulerar på sociala medier. Alla är medvetna om vad det är, att det finns, att de stöter på det ofta. Däremot är eleverna delade kring om det är lätt att identifiera

Fake News i flödet eller inte. De taktiker som vi valt att utgå från som teoretiskt ramverk från *A Taxonomy of Tactics* går att återfinna i resultatet och det är ingen som fattas. Vi kan inte heller se att det var någon strategi som gymnasieeleverna uppgav som inte gick att koppla till Swart & Broersma (2022).

Vidare undersökte vi genom frågeställning 2 vad som gör att gymnasieelever sprider vidare information och vilka faktorer som spelar in i denna process. På sociala medier där informationsflödet är enormt är det viktigt att undersöka hur elever värderar sanning eller om andra egenskaper hos inläggen är av större vikt. För det första valde vi att aktivt undersöka om just sanningshalten hade en inverkan på huruvida eleverna delade vidare innehåll på sociala medier och resultatet visar att detta är relativt. Gymnasieeleverna berättar att sanningshalten blir viktigare när de väljer att sprida vidare inlägg än vad det är när de själva konsumerar innehåll. Samtidigt uppger eleverna att de inte nödvändigtvis kontrollerar att inläggen de sprider vidare är trovärdiga. För vissa är sanningen inte alls relevant och för andra väger andra egenskaper tyngre än sanningen. Dessa andra egenskaper som är av större relevans är relaterbarhet och underhållning. Eleverna menar att den främsta anledningen till att de delar vidare innehåll på sociala medier är på grund av dess relevans och relaterbarhet till de själva eller de vänner som de delar vidare med. Även underhållande och roliga inlägg delas vidare då detta anses vara viktigare än sanningsenligt innehåll.

I frågeställning 3 som handlar om vilken roll opinionsledare har i gymnasieelevernas bedömningar av trovärdighet på sociala medier valde vi att utgå efter begreppet "influencers" eftersom detta är något som är högst aktuellt för denna målgrupp. Det centrala resultatet i denna frågeställning är att gymnasieeleverna tenderar att ha större tillit till influencers som de följt länge och byggt upp ett förtroende för. Samtidigt riktas en del tvivel gentemot influencers då de har ett pengaintresse eller vill få fler följare enligt eleverna. Vissa gymnasieelever upplever också att de har någon typ av relation till specifika influencers och menar att de märker om de inte skulle tala sanning och förhåller sig till att deras innehåll är baserat på deras subjektiva åsikter. Det gemensamma för eleverna är att de alla uttrycker att de inte kan lita på influencers fullt ut. Vidare undersöks huruvida gymnasieeleverna upplever att de blivit påverkade av en influencer och om de tror att influencers kan påverka sina följare. Här blir det tydligt att gymnasieeleverna tänker att influencers har en påverkan men att de själva inte tror att de är påverkbara. Vissa erkänner till att ha ändrat åsikt om något en

influencer uttryckt sig om men att detta gäller mindre, ytliga ämnen. Faktorer som eleverna tror skiljer dem åt från andra följare är ålder och uppfostran, de tror generellt att yngre följare påverkas lättare och vissa nämner att de lärt sig hemifrån att bilda sina egna åsikter.

## 7.2. Resultatdiskussion

Eleverna är alla medvetna om att det finns falsk information på sociala medier och att de utsätts för det själva. De visar förståelse kring vikten av källkritik och källhantering, men medger att de inte alltid använder det. Vad kan detta bero på? Vi hade en misstanke kring att gymnasieelever inte värderar sanningen i innehåll på sociala medier särskilt högt, eftersom syftet med skrollande i flödet ofta är underhållning. Vi antog att de underhålls oavsett om informationen de tar del av är sann eller inte. När vi frågade om syftet med konsumtionen av sociala medier var alltid svaret “underhållning och hålla kontakt med vänner”. Detta bekräftar att syftet med konsumtion av sociala medier är underhållning eller social interaktion. Många elever svarade att sanningen inte spelade så stor roll när de skrollar, vilket bekräftar det vi trodde. Däremot berättade flera elever att det som spelar roll är att det de delar vidare till kompisar är sant, eftersom det känns fel att sprida falsk information och att det handlar om etik. Detta var inget vi förutsåg. Vi antog att sanningen inte spelar någon roll oavsett om de skickar vidare eller endast konsumerar själv eftersom syftet (underhållning) kvarstår när det delas vidare.

Något annat som vi inte förutsåg var att många elever värderar vilken källa det är som sprider information, att de exempelvis litar mer på välkända och etablerade källor. Samma gäller vid hur mycket de litar på influencers. Vi förväntade oss att alla elever skulle vara medvetna om att det de säger ofta påverkas av ett vinstintresse, och att de därför inte kan lita på samarbeten och att det i slutändan leder till att de inte litar på dem alls. Detta motbevisades då det visade sig att många elever litar på de influencers som de följt länge eftersom det känns som de “känner dem”. Eleverna var ändå enade kring att de inte kan lita på en influencer fullt ut. Att alla elever vet vad Fake News är och att alla anser att de stöter på det varje dag i sitt flöde på sociala medier är inget oväntat. Däremot är det intressant hur eleverna är medvetna om detta, men ändå sällan dubbelkollar källor, funderar över trovärdighet och delar vidare inlägg trots att de inte vet om informationen stämmer eller inte. Varför är de inte mer kritiska? Vi landar i

svaret att det återigen handlar om att syftet är underhållning, och därmed spelar inte det någon roll om innehållet är sant eftersom de underhålls oavsett sann eller falsk information.

I intervjuerna frågade vi eleverna kring antal timmar de spenderar på sociala medier en vanlig dag, samt om de kunde beskriva en vanlig dag med fokus på deras medieanvändning. Efter att ha räknat ut genomsnittet på antal elever verkar majoriteten av eleverna använda sociala medier cirka 4 timmar per dag och frekvent genom hela dagen från att de vaknar på morgonen till att de går och lägger sig på kvällen. Detta är inget som förvånade oss då vi själva använder sociala medier några timmar varje dag och är inom deras åldersspann själva. Många av eleverna är enade kring att de kan ta del av nyheter på sociala medier och få viktig information, men när vi frågar om de kan berätta något de lärt sig på senaste tiden så är det många som behöver tänka efter länge, och vissa svarar att de inte kan återberätta något. Detta kan bero på att de upplever en intervju som en pressad situation och därför inte kan få fram specifika situationer och information att berätta om. Det kan även bero på att det blir lite mer personligt och eleverna kanske föredrar att inte berätta personliga saker, särskilt eftersom vi spelar in samtalen. Med tanke på deras öppenhet över lag kring användning av sociala medier är inte detta något vi tror skulle vara något de inte väljer att svara på.

Det är intressant hur alla elever medger att influencers kan påverka människor, men alla är inte enade kring att de själva blir påverkade. Detta beror på att de anser att de är mer utbildade i källhantering, risker och kunskap kring sociala medier. Den tidigare forskning vi sett kring ämnet visade resultat att fake news inte kom att vara ett medvetet problem för de yngsta intervjupersonerna eftersom de inte reflekterar över källornas trovärdighet och innehåll. (Zozaya-Durazo et al., 2024). Detta motsäger vår studie, där eleverna verkar ha hög medvetenhet kring fake news. Zozaya-Durazo et al. (2024) konstaterar i sin studie att elever i 11–17 års åldern hade ett högt förtroende för sin egen förmåga att hantera fake news samtidigt som de erkänner att de upplever vissa svårigheter. Detta bekräftar vår studie, då svaren på frågan “tycker du det är lätt att se vad som är fake news på sociala medier?” varierade mellan intervjupersonerna från att tycka det var oerhört lätt, till att ha svårigheter med att identifiera fake news.

Vår studie visar att elever ofta bortser från sanningshalten i information och i stället prioriterar andra egenskaper som underhållning och relaterbarhet i informationen de möter på sociala medier. Nygren & Guath (2019) trycker på att det behövs mer utbildning om

media/news literacy för att ungdomar ska kunna urskilja fake news på sociala medier men vi finner i vår studie att kunskapen kring fake news finns i den mån att de känner till riskerna med det och vad det innebär, men att kunskapen snarare inte appliceras. Därför kan vi argumentera för att utbildning om media & news literacy inte nödvändigtvis har en påverkan på hur unga hanterar innehåll på sociala medier. Vraga et al. (2021) uttrycker likt oss att även om kunskap om hur information produceras, distribueras och konsumeras i själva verket inte innebär att den appliceras i praktiken. Likt Vraga et al. (2021) som menar att även om kunskap om news literacy finns används den nödvändigtvis inte och vi ser på våra intervjuer att andra egenskaper väger tyngre än om innehållet är sant eller inte.

Det blir därför intressant att diskutera vilken betydelse vidare utbildning har om kunskapen ändå inte appliceras. I vårt fall uppger gymnasieeleverna att de har kunskap kring källkritik och att de använder det i skolarbetet men när det gäller privat bruk är det inte lika väsentligt. Det vill antyda att mer kunskap inte nödvändigtvis skulle ha någon inverkan eftersom eleverna väljer bort eller helt enkelt inte har i åtanke att vara källkritiska. Kanske kan det bero på i vilket tid och rum som eleverna befinner sig i. Gymnasieeleverna uppgav exempelvis att de inte vill sprida vidare innehåll som anses stora och viktiga, sådant som har stor inverkan på samhället, medan mindre, obetydliga inlägg sprids vidare utan vidare fundering. Samma tankeprocess kan ligga bakom anledningen till att de väljer att använda källkritik i skolarbetet men inte privat. I skolan är vikten av trovärdig och sann information större än i privatlivet och eventuellt är det detta som gör att deras kunskap är latent under skrollandet på sociala medier. Samtidigt uttrycker gymnasieeleverna att sanningshalten i innehållet de konsumerar inte alltid var det centrala i processen av att dela vidare inlägg och därför resonerar vi att ökad kunskap inte hade gjort någon skillnad. Underhållning och relaterbarhet var de egenskaper som övertrumfade sanningen och intresserade gymnasieeleverna vilket ytterligare stärker argumentationen om att mer utbildning inom fake news och desinformation inte nödvändigtvis kommer påverka ungas hantering av fenomenet på sociala medier.

### 7.3. Studiens begränsningar

En faktor som kan påverka resultatets är urvalets representativitet. Vi hade som förväntning att vi skulle kunna genomföra intervjuer på tre olika program men det resulterade endast i två: samhällsvetenskapliga programmet och barn- och fritidsprogrammet. Detta skapar en risk för

homogena svar och en begränsad bredd av perspektiv. Dock vill vi trycka på att detta är två olika typer av program: högskoleförberedande och yrkesprogram vilket skapar en representation av elever med två olika fokus i studierna. Genom att inkludera fler olika program hade vi fått en större bredd av perspektiv men det skulle också innebära att vi endast hade haft ett fåtal elever från varje program. De elever som valdes ut från årskurs 3 gick samhällsprogrammet med inriktning media vilket gjorde att de hade relativt större kunskap kring det ämne som vi valt att undersöka. Dessa elever har eventuellt större möjlighet att kritiskt resonera kring de frågor som intervjun bestod av medan de elever som inte pluggat mediekunskap har ett annat utgångsläge. Denna skillnad påverkar resultatet på det vis att vissa elever hade mer förkunskaper kring exempelvis algoritmer och andra mediebegrepp. Dessutom kan denna differens påverka representationen av den generella gymnasieelevens förmåga att diskutera kring medielogik och avgöra trovärdighet på sociala medier.

Något som också påverkar resultatet är den varierande längden på intervjuerna då de låg mellan 10–25 minuter och det skiljer därför 15 minuter mellan den längsta och den kortaste. Denna variation innebär en skillnad i djup och nyanserade svar från respektive elev då vissa gav längre, mer djupgående svar och andra var mer kortfattade. Vissa elever blir därför inte lika representerade i resultatet medan andra tog större plats vilket kan innebära att ett visst perspektiv dominerar resultatet. Intervjuerna genomfördes med samma förutsättningar, i skolan och samma tidsram var utsatt för varje elev. Dessutom tillfrågades eleverna samma mängd frågor från intervjuguiden men mängden följdfrågor kunde variera baserat på intervjupersonens svar vars omfattning varierade mycket. I presentationen av resultatet hade vi därför detta i åtanke och tog citat och uttalanden från alla elever som deltog i studien för att motverka att ett perspektiv blir dominerande. Ytterligare påverkan har vi som intervjuare då det inte skiljer så stor skillnad på oss och gymnasieeleverna i ålder. Detta kan påverka det sociala sammanhang som intervjuerna genomfördes i. Det kan underlätta för intervjupersonerna på så vis att vi kan relatera och har ett gemensamt ramverk vilket kan skapa en öppen kommunikation och förståelse för intervjupersonernas perspektiv. Å andra sidan kan detta skapa en risk för att mindre professionalitet eller att vi som intervjuare skapar förutfattade meningar om gymnasieelevernas svar. Baserat på intervjuernas genomförande upplever vi som intervjuare att vi samtidigt kunde förstå och relatera till våra intervjupersoner utan att vi bröt en professionell roll.

Eftersom vi valde en semistrukturerad intervjumetod kan intervjuerna också variera i kvalitet. Det förutsätter att vi intervjuare har möjlighet att ställa följdfrågor baserat på det som kommer upp under intervjuens gång och att även intervjupersonen kan få leda vidare och ge djupa insikter. Det är samtidigt detta som kan påverka omfattningen av intervjuerna och att de varierar i längd och djupgående svar. Dessutom förutsätter en semistrukturerad metod att olika följdfrågor kan komma upp under intervjun och att vi kan få olika svar av olika intervjuer. För att skapa god kvalitet på alla intervjuer gjordes en intervjuguide baserat på frågeställningarna som skulle säkerställa att varje intervju genererade svar på det studien syftar att undersöka.

#### 7.4. Generaliserbarhet

Generaliserbarheten av denna studie begränsas något av den kvalitativa metoden, det specifika urvalet av deltagare och kontexten där studien genomfördes. Studien inkluderade 12 gymnasieelever där deltagarna valdes ut av en lärare för att representera elever från både högskoleförberedande och yrkesförberedande program. Detta val möjliggjorde en variation i perspektiv, men samtidigt kan urvalsmetoden ha introducerat en viss skevhet då läraren kan ha valt ut elever som är mer engagerade eller ansågs vara med samarbetsvilliga, vilket kan ha påverkat resultatens representativitet. Studien genomfördes i en specifik geografisk och social kontext, vilket kan innebära en påverkan av kulturella, utbildningsmässiga och sociala faktorer som det enskilda gymnasiet har. Det kan exempelvis vara det högskoleförberedande programmet "samhällsvetarprogrammet media" där ämnet unga och desinformation inte är främmande begrepp för eleverna. Det är ett program som inte finns på alla gymnasieskolor och det kan leda till att dessa elever har bättre förståelse för fake news, desinformation, hantering av sociala medier då det ingår i deras skolundervisning mer än på andra skolor. Samma genomtänkta och utvecklade svar är inte garanterade på andra gymnasieskolor. Detta begränsar möjligheterna att överföra resultaten till gymnasieelever på alla gymnasieskolor och ungdomar i hela Sverige, men det ger oss en viss inblick i hur gymnasieelever hanterar sociala medier och information på plattformarna. Det är också detta den kvalitativa metoden förutsätter; de enskilda individernas uppfattningar om verkligheten och fenomen inom den.

Däremot går det att göra en analytisk generalisering. Det innebär att teorin stödjer resultaten och genom att analytiskt generalisera dessa gentemot en teori lyfter man fram allmänna

aspekter som kan vara giltiga vid närliggande fall i populationen (Esaiasson et al, 2017:159). Enligt news & media literacy är en central aspekt förmågan att kritiskt analysera och tolka innehåll (Koltay, 2011). Studien visar att gymnasieelever tenderar att använda intuitiva och enkla strategier, såsom igenkänning av kända nyhetskällor eller att dubbelkolla information vid misstanke snarare än att systematiskt granska information. Det stämmer överens med resultat i tidigare forskning (Swart och Broersma, 2022) som antyder att ungdomars mediehantering präglas av en kombination av magkänsla och selektiv granskning av information. News literacys dimensioner om ”content” och ”consumption” (Vraga et al., 2021) är relevanta för att förstå hur unga navigerar i medieflöden med desinformation. Resultaten kan vara aktuella för andra unga som har sociala medier som primär informationsskälla. Teorin tvåstegshypotesen menar att opinionsledare (influencers i vår studie) är inflytelserika individer i som först får och tolkar ett mediebudskap och sedan filtrerar och förmedlar vidare budskapet till allmänheten vilket i vår studie är deras följare, de intervjuade gymnasieeleverna. (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018). Detta innebär att gymnasieelevers hantering av information på sociala medier, såsom bedömning av trovärdighet kan påverkas av influencers. Flera intervjudeltagare i vår studie nämner att de litar på innehåll som influencers delar till viss mån. Därmed kan även teorin tvåstegshypotesen och resultaten i vår studie generaliseras i bredare kontext med andra unga användare som befinner sig på sociala medier för samma syfte. Teorierna hjälper till att förklara ungdomars informationshantering, vilket gör resultaten relevanta även utanför denna specifika studie.

## 7.5. Fortsatta studier

Vi argumenterar utifrån resultat i vår studie att mer utbildning om media & news literacy inte nödvändigtvis har en påverkan på hur unga hanterar innehåll på sociala medier eftersom gymnasieeleverna har kunskap kring hur de ska hantera källor på sociala medier men att dessa inte alltid används. Framtida forskning hade därför kunnat undersöka hur kunskap om källhantering och kritiskt tänkande påverkar ungas konsumtion och vidare spridning av medieinnehåll. Samtidigt skulle det behövas alltmer kunskap kring varför den teoretiska kunskapen om källkritik inte appliceras – vad är det som gör att unga bortser från sina kunskaper i att kritiskt hantera information? Detta hade kunnat genomföras kvalitativt genom

intervjuer eller en receptionsanalys där ungdomarnas kunskap undersöks och sedan att man aktivt sitter med när de skrollar i sitt flöde på sociala medier. På så vis kan man under skrollandets gång ställa frågor kring innehållet de stöter på och se vilka typ av inlägg som delas vidare, återpubliceras eller interageras med.

## 8. Referenser

Bergström, Annika., Jervelycke Belfrage, Maria. (2018). *News in Social Media*. Digital Journalism, 6:5, 583-598. DOI: 10.1080/21670811.2018.1423625

Berisha, Eneida., Bridfelt, Mathilda. (13-03-2024). *Tre falska nyheter – som medierna spred vidare*. SVT Nyheter. Hämtad 07-01-2024.

Broda, Elena., Strömbäck, Jesper. (2024) *Misinformation, disinformation, and fake news: lessons from an interdisciplinary, systematic literature review*. Annals of the International Communication Association, 48:2, 139-166. DOI: 10.1080/23808985.2024.2323736

Carr, T. Caleb., Hayes A. Rebecca. (2015) *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. Atlantic Journal of Communication, 23(1), 46-65. DOI: 10.1080/15456870.2015.972282

Cotter, Kelly., Decook, Julia., Kanthawala, Shaheen., Foyle, Kai. (2022). *In FYP We Trust: The Divine Force of Algorithmic Conspiratorship*. International Journal of Communication, 16, 2911-2934.

Cambridge Dictionary. (u.å.). *fake news*. Cambridge University Press & Assessment. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news> hämtad 20-11-2024.

Eksell, Jörgen., Thelander Åsa (red). (2014). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur AB.

Ekström, Mats., Johansson, Bengt (red). (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Ekström, Mats., Larsson, Larsåke (red). (2013). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Esaiasson, Peter., Gillijam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Towns, Ann., Wägnerud, Lena. (2017). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer AB.

Jervelycke Berlfrage, Maria. (2018). *Tvåstegshypotesen och teorin om opinionsledare – i en ny och snabbt föränderlig medieekologi* (ISSN 1101–4679). Göteborgs Universitet.

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (2006). *Personal influence : the part played by people in the flow of mass communication* (2. ed.). Transaction publishers.

Koliska, Michael. (2021). *Transparency in Journalism*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.883>

Koltay, Tibor. (2011). *The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy*. *Media, Culture & Society*, 33(2), 2011–221.

DOI:10.1177/0163443710393382

Kvale, Steinar. (1997). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.

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

Nygren, Thomas., Guath Mona. (2019). *Swedish teenagers' difficulties and abilities to determine digital news credibility*. *Nordicom Review* 40 (2019) 1, 23-42. DOI: 10.2478/nor-2019-0002.

Røsok-Dahl, Heidi., Ihlebæk, Karoline A. (2024) *Young People and News: A Systematic Literature Review.*, Journalism Studies, 25:10, 1228-1248.

DOI: 10.1080/1461670X.2024.2372425

Shu, Kai., Wang, Suhang., Lee, Dongwon., Liu, Huan (red). (2020). *Disinformation, Misinformation, Fake News in Social Media.* Springer: Lecture Notes in Social Networks.

DOI: 10.1007/978-3-030-42699-6

Skolverket. (u.å.) *Om gymnasieskolan.* Utbildningsguiden.

<https://utbildningsguiden.skolverket.se/gymnasieskolan/om-gymnasieskolan> hämtad 19-11-2024.

Skolverket. (2024). *Gymnasieprogrammen.*

<https://www.skolverket.se/undervisning/gymnasieskolan/laroplan-program-och-amnen-i-gymnasieskolan/gymnasieprogrammen> hämtad 20-11-2024.

Swart, Joëlle., Broersma, Marcel. (2022) *The Trust Gap: Young People's Tactics for Assessing the Reliability of Political News.* The International Journal of Press/Politics, 27(2)

396-416. DOI: 10.1177/19401612211006696

Tandoc Jr, Edson C., Zheng Wei Lim., Ling, Richard. (2017). *Defining "Fake News": A Typology of Scholarly Definitions.* Digital Journalism 6 (3) 1-17. DOI:

[10.1080/21670811.2017.1360143](https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143)

Vraga, Emily., Tully, Melissa., Maksl, Adam., Craft, Stephanie., Ashley, Seth. (2021). *Theorizing News Literacy Behaviors.* Communication Theory, 31(1), 1-21. DOI:

10.1093/ct/qtaa005

Wardle, Claire. (2018). *Informationsstörning: Den väsentliga ordlistan*. Harvard, MA: Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy, Harvard Kennedy School.

Zozaya-Durazo, Luisa D., Sadaba-Chalezquer, Charo., Feijoo-Fernández, Beatriz. (2024). *“Fake or not, I’m sharing it”: teen perception about disinformation in social networks*. *Young Consumers* 25, 425-438. DOI: 10.1108/YC-06-2022-1552

## 9. Bilagor

### Intervjuguide

#### Inledande frågor

1. Hur gammal är du?
2. Vilket program och vilken årskurs går du?
3. Vad tänker du att sociala medier är?
4. Vilka sociala medier använder du?
5. Kan du beskriva hur en vanlig dag för dig ser ut i din medieanvändning? Från att du vaknar på morgonen till att du somnar på kvällen – när, hur och varför använder du medierna?
6. Varför använder du dessa sociala medier? För nyhetssyfte, underhållning, hålla kontakt med vänner, något annat?
7. Hur många timmar per dag använder du sociala medier tror du?
8. Delar du aktivt vidare inlägg och information eller tittar du bara och scollar vidare?
9. Vilken typ av inlägg delar du vidare, på vilken/vilka sociala medier?
10. Är det något viktigt du lärt dig på senaste genom sociala medier, i så fall vad?

**Frågeställning 1:** Hur avgör gymnasieelever att det innehåll de tar del av på sociala medier är trovärdig?

1. Om ett inlägg från en nyhetssida skulle dyka upp med en nyhet, skulle du tro på den nyheten direkt?
2. Skulle du reflektera över om den är sann eller inte?
3. Skulle du dela den vidare ovetandes om den är sann eller inte?
4. Kollar du någonsin upp om informationen du stöter på är sann? I så fall, hur?
5. Har du någonsin tänkt ”denna information är nog inte sann”?
6. Vad fick dig att tveka på trovärdigheten?
7. Om ett inlägg på en känd person dök upp i flödet som sa något kontroversiellt (känsligt), skulle du fundera över om det är sant eller om det skulle kunna vara AI?
8. Har ni pratat om att vara källkritisk i skolan?

9. Hur använder ni källhantering i skolan? Skolarbeten?
10. Tror du skolans lärande om källhantering påverkar hur du hanterar källor i ditt privata liv på sociala medier?
11. Tror du det är lätt att se vad som är sant eller inte?
12. Tror du mer på traditionella nyhetskällor dvs TV, tidningar osv, än vad du tror på sociala medier? Varför?

**Frågeställning 2:** Vilka egenskaper i inlägg på sociala medier ser gymnasieungdomar som viktiga i valet huruvida de delar vidare innehåll?

1. Bryr du dig om det du läser på sociala medier är sant? Varför/ varför inte?
2. När du delar inlägg på sociala medier, spelar det någon roll för dig om det du delar är sant?
3. När du delar inlägg på sociala medier, vad är det som gör att du delar det? (humoristiskt syfte, intressant, osv?)
4. Kan man få viktig information och vad anser du är viktig information man kan få på sociala medier?

**Frågeställning 3:** Vilken roll spelar opinionsledare i dessa bedömningar?

5. Vet du vad en influencer är? Vad är det?
6. Följer du influencers?
7. Vilken typ av influencers följer du? Inom vilken kategori: mat, skönhet, sketcher, gaming etc?
8. Litar du på influencers? Samarbeten de gör exempelvis, information de sprider?
9. Har du någonsin ändrat åsikt om något på grund av vad influencers sagt eller uttalat sig om?
10. Tror du att influencers kan påverka vad deras följare tycker?

**Frågor om begrepp**

11. Vad känner du kring att sociala medier anpassar ditt flöde efter vad den tror du gillar? Konsekvenser?
12. Har du hört talas om begreppet ”fake news”?

13. Vad tänker du att det är?

14. Hur ofta tror du själv att du stöter på "fake news"?

15. Är det svårt att avgöra vad som är "fake news"?

16. Varför tror du att vissa människor sprider falska nyheter?

### **Avslutning**

17. Har du något mer du vill berätta om eller ta upp?