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

# ”MEN JAG SÅG DET PÅ TIKTOK...”

En kvalitativ studie i ungdomars förhållningssätt till desinformation på Tiktok

Alicia Augustsson

Malva Karlsson

| | |
|---|---|
| Uppsats/Examensarbete: | 15 hp |
| Program och/eller kurs: | Medie- och kommunikationsvetarprogrammet |
| Nivå: | Grundnivå |
| Termin/år: | Vt/2024 |
| Handledare: | Mats Ekström |
| Kursansvarig: | Malin Sveningsson |

# Abstract


| | |
|---|---|
| Uppsats/Examensarbete: | 15 hp |
| Program och/eller kurs: | Medie- och kommunikationsvetarprogrammet |
| Nivå: | Grundnivå |
| Termin/år: | Vt/2024 |
| Handledare: | Mats Ekström |
| Kursansvarig: | Malin Sveningsson |
| Sidantal: | 52 |
| Antal ord: | 16 921 |
| Nyckelord: | Desinformation, Tiktok, Ungdomar, Mediekompetens, Algoritmer |


---


Syfte: Syftet med studien är att genomföra en intervjuundersökning med unga tjejer. Detta för att undersöka deras syn på, och förhållningssätt till desinformation på sociala medie-appen Tiktok, samt hur de resonerar kring desinformation och påverkan, både på sig själv och på andra. Vidare skall studien ta reda på deras tillvägagångssätt i att urskilja sann och falsk information.

Teori: Tandoc m.fl:s (2017) ramverk för mediekompetens

Metod: Kvalitativa fokusgruppsintervjuer

Material: Tre kvalitativa fokusgrupper, innehållande tre till fyra deltagare i vardera grupp

Resultat: Ungdomarna upplever Tiktok som ett forum där mycket desinformation florerar. En bidragande faktor till detta tror respondenterna beror på algoritmerna som styr innehåll efter interaktion. Vad gäller deras mediekompetens anses denna, utifrån de själva, som mycket god. Samtidigt framkommer utifrån intervjuerna att det är lätt att falla för falskt innehåll. Samtliga respondenter har en strategi i

sin innehållsnavigering som går i linje med det ramverk Tandoc m.fl (2017) tagit fram, trots att vissa avvikelser går att finna.

# Tack till…

…Mats Ekström, vår handledare, för värdefull och hjälpsam vägledning!

Och till våra deltagare i fokusgrupperna för intressanta och viktiga diskussioner, som bidragit med ovärderlig information!

# Executive summary

In today's society, social media is a significant part of most people's lives, especially among the younger generation. TikTok is a relatively new platform that has become very popular since its launch in 2018. This is mainly due to its unique recommendation system, where content is tailored for users based on their interactions. The algorithm-driven system also leads to several problems, especially when false information goes viral. Disinformation is a phenomenon that has existed for a long time but has taken on a whole new meaning in the era of social media and, according to research, can harm democracy, individuals, and society. The term refers to the deliberate spread of false information or untrue statements with the intent to mislead and cause harm. Previous research shows that young people have much to learn regarding source criticism and news evaluation. This, combined with TikTok's recommendation system and its spread of disinformation, can be very harmful to democratic society. Some research has been done on the subject, but these studies largely use a quantitative method where young people's actual performance in news evaluation is tested. They have also had a broader focus on social media in general without a specific focus on the TikTok app. Therefore, studies that delve deeper into young people's thoughts, experiences, and feelings regarding disinformation on TikTok are lacking.

The purpose of this study was to investigate young girls' views on and attitudes towards disinformation on the social media app TikTok. In connection with this, also how they reason about disinformation and its impact, both on themselves and others. Furthermore, the study aimed to find out how they distinguish between true and false information. This was conducted through three qualitative focus group interviews, each containing three to four participants. All respondents were between 18–19 years old and in their final year of high school. The questions asked during the interviews aimed to answer how they perceive that disinformation on TikTok affects themselves and others, what consequences they see with the recommendation system in connection with disinformation, and how their approach to media navigation can be linked to the framework that this study uses as a theoretical basis.

The results show that young people perceive TikTok as a social media platform characterized by extensive disinformation spread. Regarding the recommendation system with algorithms and its impact on this, the respondents believe it is a contributing factor to the problem. This

is because they notice that interaction with content, such as likes, shares, and comments, results in similar content being exposed and gaining wider spread on the app. Concerning their media competence and navigation in disinformation, all participants generally feel they have a good ability to determine whether information is true or false. However, during the discussions, it emerged that young people tend to fall for disinformation despite their confidence, especially when it comes to information they classify as "less" important. On the other hand, when it comes to "big news," they have a more critical approach. It is also this type of "less" important information that young people feel less need to verify, as they believe it "doesn't really matter if this is true or not." In their approach to assessing true and false information, it emerged that young people use a variety of resources. These include examining the message's design, the source, the post's popularity, and seeking help from friends and family. An interesting aspect in relation to this was that their choice of resource varied depending on the situation at hand, and not in the order presented by the study's theoretical framework.

In summary, it should be mentioned that this study, with its qualitative method, has been able to extract in-depth knowledge about the young people's own reflections and experiences. Therefore, the results can not be applied to a larger population. With the results in hand, it can be concluded that there is still much to investigate regarding young people, disinformation, and TikTok. In the future, it would therefore be valuable to conduct more extensive studies to, for example, gain knowledge about how young people actually perform in their content navigation on TikTok. Additionally, more qualitative studies where alternative groups of young people are studied can be useful.

# Innehållsförteckning


1. Inledning ..... 1
2. Bakgrund ..... 3
2.1 Desinformation ..... 3
2.2 Ungdomar och Tiktok ..... 5
2.3 Ungdomar och mediekompetens ..... 6
2.4 Tidigare forskning om ungdomar och desinformation på Tiktok ..... 9
3. Teori ..... 11
3.1 Den interna processen ..... 11
3.1.1 Jaget ..... 11
3.1.2 Källan ..... 12
3.1.3 Meddelandet ..... 12
3.2 Den externa processen ..... 13
3.2.1 Oavsiktligt på institutionell nivå ..... 13
3.2.2 Oavsiktligt på interpersonell nivå ..... 13
3.2.3 Avsiktligt på interpersonell nivå ..... 14
3.2.4 Avsiktligt på institutionell nivå ..... 14
4. Syfte och frågeställningar ..... 15
5. Metod ..... 16
5.1 Kvalitativa fokusgrupper ..... 16
5.2 Urval ..... 17
5.3 Respondenter ..... 19
5.4 Intervjuguide ..... 20
5.5 Genomförande ..... 21
5.6 Etisk reflektion ..... 22
5.7 Metoddiskussion ..... 23
6. Resultat ..... 25
6.1 Ungdomar och Tiktok ..... 25
6.1.1 Ungdomarnas användningsområden på Tiktok ..... 25
6.1.2 Ungdomarnas nyhetskonsumtion ..... 27
6.2 Upplevd påverkan av desinformation på Tiktok ..... 28
6.2.1 På sig själv ..... 28
6.2.2 På andra ..... 31
6.3 Mediekompetens hos unga ..... 32
6.3.1 Den interna processen ..... 33

6.3.2 Den externa processen ..... 36
6.4 Desinformation i ”Foryou”-flödet ..... 40
6.4.1 Algoritmers bidragande till desinformation ..... 40
6.4.2 Tiktok som forum för desinformation ..... 42
6.5 Sammanfattning och slutsats ..... 42
7. Diskussion ..... 44
7.1 Reflektioner kring resultatet ..... 44
7.2 Reflektioner kring arbetet ..... 45
7.3 Förslag för framtida forskning ..... 46
8. Referenser ..... 47
9. Bilagor ..... 52

# 1. Inledning

Sociala medier är idag en väsentlig del av de allra flestas liv, inte minst hos den yngre generationen som även är mycket tidiga när ett nytt medium dyker upp på plattformsmarknaden. Tiktok är en av det mest besökta sociala medietjänsterna trots dess relativt korta tid på marknaden med en lansering år 2018. Nästan hälften av alla ungdomar i Sverige mellan 12–23 år använder appen dagligen (Internetstiftelsen, 2020). Orsaken till Tiktok´s stora genomslag är det så kallade "foryou"-flödet där innehåll skräddarsys för användaren genom algoritmer och sådant som blivit "viralt". Detta innebär att användarna inte på förhand kan bestämma över vad som skall visas i ens "foryou"-flöde, till skillnad från alternativa sociala medier där användaren själv bestämmer det exponerade innehållet genom valda följningar (Digitalsnack, 2022).

Detta rekommendationssystem system byggs upp med hjälp av algoritmer. Kortfattat så består en algoritm av en uppsättning regler som används i hanteringen av stora mängder information. Dessa algoritmer är utformade för att bestämma hur den stora mängden data ska hanteras och vad som skall visas. Det är samma typ av algoritmer som bestämmer vad som skall exponeras på sociala medier (Internetkunskap, 2021), och som Tiktok bygger hela sin affärsidé på. Det som avgör hur rekommendationssystemet utformas på Tiktok består av flera olika faktorer, bland annat språk, plats, följare och "gilla" markeringar samt längden som individen tar del av innehållet. Men det finns även en del problem som uppstår i samband med denna typ av rekommendationssystem, speciellt när det leder till att falsk information blir viral. Detta då systemet har en omfattande påverkan för hur användarna uppfattar och tolkar information, och till följd av detta även "verkligheten". Konsekvenser som upprätthållande av olika fördomar, bildningen av filterbubblor samt ojämlik informationstillgång är vanligt förekommande till följd av algoritmerna (Boeker & Urman, 2022).

Desinformation är ett fenomen som funnits länge, under sociala-mediers tid har det dock fått en helt ny innebörd som är mycket skadlig för samhället och demokratin. Den kan spridas av både privatpersoner, organisationer och stater som vill påverka publiken i en viss sakfråga (SO-rummet, 2024). I en studie genomförd av Europeiska kommissionen där

det Italienska valet år 2018 studerades, fann de att en tredjedel av de 4000 mest delade artiklarna på sociala medier bestod av falska nyheter eller falsk information (Pherson m.fl., 2020). Detta blir problematiskt då desinformation kan förhindra människor från att delta i politiska processer, som att bidra till politisk diskussion eller rösta i rättvisa val. Det kan även skada en ansvarsfull representation genom att exempelvis missgynna en specifik aktör. Desinformation kan även bestå av tekniker som spam där inlägg och åsikter till följd av detta döljs (Tenove, 2022).

Att undersöka desinformation i samband med ungdomar på Tiktok är relevant då tidigare forskning visar att unga har en del att lära när det kommer till källkritik och nyhetsvärdering. Ofta har de själva uppfattningen av att de har förmågan att genomskåda bluffar och manipulerad information, medan forskning visar motsatsen (Nygren & Guath, 2019). Detta i kombination med Tiktoks rekommendationssystem är ett stort hot mot demokratin om unga människor saknar förmågan att värdera den information som sprids. Dagens ungdomar är den första generationen som faktiskt vuxit upp med sociala medier konstant närvarande. Vad gör detta med deras förhållningssätt till desinformation? Hur går deras tankesätt gällande just Tiktok med dess unika rekommendationssystem? Syftet med denna studie är att undersöka unga tjejers syn på, och förhållningssätt till desinformation på sociala medie-appen Tiktok. I samband med detta även hur de resonerar kring desinformation och påverkan, både på sig själv och på andra. Vidare skall studien ta reda hur de går tillväga när de urskiljer sann och falsk information.

# 2. Bakgrund

Detta avsnitt förklarar begreppet desinformation och redogör genom tidigare forskning vilka konsekvenser desinformation utgör för samhälle och demokrati. Vidare presenteras information och en bakgrund gällande Tiktok överlag, samt hur användandet bland svenska ungdomar ser ut på appen. Här presenteras också kort huruvida Tiktok blivit ett så pass stort dilemma när det kommer till desinformation på grund av appens unika funktioner. Ytterligare presenteras tidigare forskning gällande unga och mediekompetens. Här redogörs vad som redan bekräftats gällande ungdomars förmåga att navigera bland information på sociala medier. I det sista stycket berörs en del relevanta, liknande, tidigare studier som gjorts gällande unga och desinformation på Tiktok. Detta för att avhandla vad som gjorts samt saknas inom fältet och vad denna studie ämnar bidra med. Viktigt att notera är att denna bakgrund ej syftar till en fullständig orientering inom dessa ämnesområden, snarare används informationen och studierna som en förklarande grund att basera studien på.

## 2.1 Desinformation

Desinformation är ett fenomen vilket definieras som att avsiktligt sprida osanna uppgifter eller falsk information. Detta för att medvetet vilseleda eller orsaka skada genom att påverka människors attityder, ställningstagande eller handlande kring ett visst ämne eller sammanhang (Demokratiskasamtalet, 2018). Desinformation kan ta form på många olika sätt. Det kan exempelvis vara i form utav politisk propaganda, falska dokument, manipulerade bilder eller genom bedrägerier på internet (Fallis, 2015).

Det finns flera olika definitioner utav begreppet. I Fallis (2015) undersökning testas tidigare definitioner utav begreppet desinformation och menar att dessa antingen är en aning för breda eller för smala. Författaren kommer fram till att desinformation är vilseledande information vars syfte är att förvirra publiken. Fallis (2015) beskriver vidare att desinformation har tre viktiga egenskaper som går att identifiera. Den första av dessa är att desinformation är en typ av information, alltså något av semantiskt värde som representerar något i världen att vara som den är. Den andra är att desinformation är vilseledande information, alltså information som är trolig att skapa falska övertygelser. Det är denna egenskap som gör desinformation till ett hot mot samhället och skiljer det från annan typ av information. Den tredje egenskapen är att desinformation är avsiktligt vilseledande information, det är alltså inte desinformation

såvida något osant sprids oavsiktligt. Det är just syftet att vilseleda och skada som hör till definitionen av begreppet. Det är även denna egenskap som skiljer fenomenet från en mer oskyldig spridning av falsk information, där det exempelvis är ett simpelt misstag som gör att oriktig information sprids (Fallis, 2015). Denna typ av innehåll kallas missinformation. Detta innebär att oavsiktligt råka sprida information som inte består av sanna uppgifter, utan att medvetet vilja bedra något eller någon (Demokratiskasamtalet, 2018).

Det finns en del oro kring vad desinformation får för konsekvenser för det demokratiska samhället. Genom tiderna finns flera fall där desinformation har manipulerat och vilselett på olika sätt, både i medicinska men även i politiska sammanhang. I och med Covid-19 pandemin spreds en stor del desinformation gällande vaccinet, vilket blev ett omfattande samhällsproblem och skapade osäkerhet hos många medborgare. De hot som utgjordes mot samhället under denna situation, var det faktum att medborgare inte litade på forskare och institutioner vad gällde vaccinets biverkningar eller uppkomst (Pérez-Curiel m.fl., 2022). Presidentvalet i USA år 2016 var ytterligare en situation som präglades av desinformation på sociala medier. Många anser att valresultatet styrdes och påverkades av sådant som cirkulerade på sociala medier. Det var bland annat information gällande att Donald Trump fick stöd av påven, att Hillary Clinton led av en dödlig sjukdom samt att Republikaner var den mest korkade väljargruppen enligt Donald Trump (Sundeby, 2016).

Tenove (2020) har i sin studie undersökt vad desinformation får för konsekvenser på en demokrati. Han kommer fram till tre centrala hot genom att gå mer in på djupet gällande detta ämne. Det första är att desinformation skadar självbestämmande hos befolkningen. I ett demokratiskt samhälle krävs att medborgare står fritt från makt av eliter. Desinformation kan skada detta såvida det resulterar i att medborgare inte röstar på det man vill i rättvisa val, eller får möjlighet till att bidra till politisk diskussion. Ytterligare ett hot mot demokratin är när desinformation hotar en ansvarsfull representation. Detta kan till exempel vara missgynnande av en specifik politisk aktör vilket möjligen påverkar opinionen hos befolkningen. Det tredje hotet desinformation utgör är mot den offentliga överläggningen. Diskussion mellan medborgare är en viktig aspekt för ett fungerande demokratiskt samhälle. Detta skadas då desinformation i form av spam och andra tekniker svämmar över kommunikativa forum.

## 2.2 Ungdomar och Tiktok

Tiktok är en delningstjänst bestående av korta videoklipp och är en av de mest använda sociala medie-tjänsterna bland svenska ungdomar (Mediemyndigheten, 2022). Appen är sedan innan känd vid namnet Musical.ly vars affärsidé bestod utav korta dansklipp och ”lipsyncing”, vilket innebar mimande till låtar. År 2018 skedde en nylansering och tjänsten bytte namn till Tiktok med ett bredare fokus som gick bortom endast dans och musik. Nylanseringen var framgångsrik och appen var under det första halvåret den mest nedladdade på marknaden. Idag, drygt 6 år senare används Tiktok av ungerfär 20% av världens 5 miljarder internetanvändare (Samuelssons rapport, 2024). I Sverige används appen främst utav unga, och bland åldrarna 16-25 år är det 47 procent som använder tjänsten. När det kommer till könsskillnader i åldersgruppen är 6 av 10 kvinnor och 4 av 10 män, det är alltså en något större andel kvinnor som använder sig utav Tiktok (Internetstiftelsen, 2020).

Tiktok har sedan sin lansering fått mängder av kritik. Inte minst till följd av dess metoder och tekniker, vilka ska få unga användare att spendera mer tid på appen och öka frekvensen av engagemang på plattformen (Reuters, 2022). Detta är problematiskt eftersom dessa tekniker med personligt innehåll, korta videos och den intermittenta förstärkningen, alltså att nästa videoklipp väntar ”precis runt hörnet”, gör det svårt att sluta. Konsekvenser av detta har visat sig vara koncentrationssvårigheter, en negativ inverkan på utvecklingen av kognitiva förmågor, svårt att skjuta upp tillfredsställelse samt sociala och emotionella utvecklingsproblem. Att företaget då aktivt fortsätter utveckla tekniker som skall få den unga publiken att spendera ännu mer tid på appen anser många problematiskt (Sanz, 2022).

Huang (2022) skriver i New York Times hur Tiktok i första hand blev populärt på grund av sina dansvideor och pop musik. Sedan dess har appen dock kommit att bli en av de främsta nyhetskällorna för dagens ungdomar. Endast ett sökklick bort kan man få svar på alla möjliga frågor och funderingar, oavsett om det berör allt från restaurangrecensioner eller skolarbete. Raghava berättar i intervjun hur ca 40 procent av ungdomarna som deltog i deras studie, vände sig till Tiktok för att hitta ett lämpligt lunchställe. Tiktoks kraftfulla algoritmsystem bidrar även till att ungdomarna översköljs med personifierat innehåll kopplat till deras smak, baserat på deras tidigare interaktioner på appen. Detta bidrar till att de exponeras för intressant innehåll utefter deras egna preferenser, vilket i sin tur upprätthåller intresset för appen. Tiktoks ökning som ett utforskande verktyg är en del av en större förändring i det digitala

söklandskapet. Medan Google fortfarande tar platsen som världens absolut största sökmotor, används idag olika sociala medier till olika sökområden bland ungdomarna. Bland annat Instagram för att hålla sig uppdaterad på trender, Snapchat för att hitta till olika platser samt Amazon för att söka bland olika produkter (Huang, 2022).

Men vad är det som gör att just Tiktok blir så enkelt och smidigt att hitta information på? Det beror på att sökandet är mer interaktivt än vad det är på till exempel Google. Där har man traditionellt sett varit tvungen att ta sig igenom stora mängder text för att hitta svaret på en konkret fråga. På Tiktok däremot får ungdomarna ta del av korta videorekommendationer för att hitta vad dem letar efter, ofta är dem inte mer än 60 sekunder långa. Det är även vanligt att använda sig av Tiktok för att få svar på mindre vanliga frågor. Kinsey förklarar i intervjun hur hon ofta vänder sig till appen för att kolla på intervjuer eller leta fakta om underliga konspirationsteorier. Vidare berättar hon hur hon uppskattar hur snabbt Tiktok presenterar information. I vissa fall dubbelkollar hon dock gärna med Googles resultat för att säkerställa sig att det stämmer. Denna uppstigning Tiktok fått som sökmotor hos ungdomar kommer med en del problem vad gäller missinformation och desinformation, som riskerar att spridas vidare och hamna i fel händer. Plattformen har bland annat haft problem med felaktigt innehåll vad gäller saker som valperioder, krigsinformation samt abortrelaterade frågor. Algoritmerna är en av bovarna som håller kvar användarna på appen, och minskar anledningen till att vända sig till andra källor för att dubbelkolla sanningshalten i informationen. Tiktok har blivit en “one-stop-shop" för innehåll som inte existerat tidigare, detta kan bli riskabelt för användarna när fel eller falsk information får spridning (Huang, 2022).

## 2.3 Ungdomar och mediekompetens

I och med att i princip alla förlitar sig allt mer på sociala medier i sina dagliga liv, är mediekompetens något som blivit oerhört viktigt. Oavsett om det kommer till att kontakta vänner, söka upp information eller för ett underhållningssyfte. Mediekompetens som fenomen har flera olika definitioner. Enligt den Europeiska Kommissionen (2021) innebär begreppet att användare har förmågan att särskilja sann och falsk information, detta genom ett kritiskt förhållningssätt till det som går att finna på internet. Det kan exempelvis ske genom olika strategier, som att tänka en extra gång på vad som publicerats och av vilken anledning (European Commission, 2021). Mediekompetens ses i dagens mediesamhälle som avgörande

för överlevnad, och har stor betydelse för det demokratiska samhället (Nygren & Guath, 2021).

Flera studier har nått resultaten att det finns en del brister i ungdomars navigering i vad som är sant och falskt på internet, samt att de måste utveckla sin mediekompetens. Nygren och Guath (2019) samt Pereira och Moura (2018) kommer fram till resultat som tyder på detta. Nygren och Guath (2019) har gjort en studie där förmågan hos svenska ungdomar att genomskåda desinformation testas, detta genom att bedöma trovärdigheten på olika källor. De flesta ansåg sig ha god förmåga att bedöma trovärdigheten samtidigt som de värderade mediekompetens som något viktigt. Resultatet visar dock att många ungdomar har mycket kvar att lära vad gäller mediekompetens, och saknar förmågan att genomskåda desinformation. De allra flesta respondenter fick mindre än hälften rätt i bedömningen av trovärdigheten. Författarna testade även ett flertal faktorer mot mediekompetens, genom detta kunde de bland annat se att de ungdomar som ansåg bedömning av trovärdighet som viktig också presterar bättre i den. De ungdomar som däremot ansåg sig ha god förmåga att bedöma och kontrollera trovärdighet visade sig prestera sämre. Det fanns alltså ett mönster i att de ungdomar med högt självförtroende gällande sin mediekompetens faktiskt presterade sämre. Pereira och Moura (2018) gjorde en liknande studie där de testade mediekompetens hos portugiser i åldrarna 17–18 år. Ungdomarna placerades här i en skala mellan ett till tre, där de som hamnade på en etta presterade sämst i sin mediekompetens och de som fick en trea presterade bäst. Resultatet visade att endast 5% av ungdomarna hamnade på en trea medan 52% av ungdomarna hamnade på en etta, majoriteten av de har alltså dålig mediekompetens. Däremot kunde denna undersökning inte hitta några särskilda faktorer som verkar påverka mediekompetensen. Bland de olika grupperna var könsfördelningen, åldern samt vilken skola de gick på relativt jämt.

År 2021 gjorde Nygren och Guath en studie som liknade den de gjorde år 2019. Här testades ungefär samma sak men resultaten skiljde sig något i att svenska ungdomars mediekompetens verkar ha förbättrats. Författarna tog fram hypoteser som grundar sig i deras tidigare forskning. Några av dessa var att 1) ungdomar från svensktalande hem har bättre mediekompetens, 2) ju högre ungdomen värderar betydelsen av trovärdiga källor, desto bättre presterar de i bedömningen av trovärdighet, 3) ungdomar med en utbildning som inriktar sig på konst har bättre mediekompetens, 4) desto bättre ungdomen själv anser sig vara i sin

mediekompetens, desto sämre presterar den och 5) tjejer har en bättre mediekompetens än killar. Här vägdes följaktligen ett flertal sociala faktorer in, med ett syfte att bygga på resultaten från studien som genomfördes år 2019. Studien testades med hjälp av enkäter som skickades ut till 2 356 svenska ungdomar i åldrarna 16–19. Resultatet visade att hypotes 1, 2 och 3 kunde stödjas. Ungdomar från svensktalande hem har överlag bättre mediekompetens, och de ungdomar med en utbildning inom konst har även dem en bra mediekompetens. Här kunde författarna även se att ungdomar med en utbildning mot teknologi och humanism har bättre förmåga att bedöma sanningshalten i innehåll. Hypotes 4 och 5 kunde författarna ej hitta några bevis på. Den enda egentliga könsskillnaden som gick att finna är att tjejer överlag har en sämre förmåga att upptäcka manipulerade bilder och text än killar i samma ålder. Till skillnad från undersökningen som genomfördes år 2019, visade detta resultat på att de som ansåg sig vara bättre på att bedöma trovärdighet faktiskt var det (Nygren & Guath, 2021., & Nygren & Guath, 2019).

Ett problem inom mediekompetens är det som Nygren och Guath (2021) testade i en av deras hypoteser, nämligen ett för högt självförtroende. I deras studie kommer de som ovan nämnt fram till att ungdomar som anser sig ha en bra mediekompetens också verkar ha det. Det finns dock mycket annan forskning som pekar på motsatsen. Martinéz-Costa m.fl (2022) introducerar konceptet ”ingen kan lura mig-uppfattningen”. Denna uppfattning innebär ett högt självförtroende i att kunna urskilja desinformation, i kombination med att man anser sig bättre på detta jämfört med alla andra. Studien testar hur bland annat ålder kan ha betydelse i denna uppfattning om sig själv, detta testades med kvalitativa fokusgrupper. Resultatet visar att individer som tillhör den yngre generationen anser sig bättre än äldre i sin mediekompetens, med argumentet att de har goda teknologiska kunskaper. Samma sak gäller intressant nog de äldre som anser sig ha bättre mediekompetens än de yngre generationerna. Detta tack vare deras långa erfarenhet av att ta del av nyheter, digitalt som icke-digitalt. Här verkar alltså detta koncept stämma. Överlag ansåg sig de flesta ha god mediekompetens och särskiljer sant från falskt genom olika verktyg, som att bekräfta information via andra källor.

Sammantaget kan det konstateras att det finns en del utvecklingspotential att ta tag i gällande ungdomar och deras mediekompetens, framförallt när det kommer till spridningen av desinformation. Tan (2022) menar att detta inte är ett problem som endast lagsstiftning på sociala medieplattformar kommer att kunna lösa. Snarare att det i grund och botten ligger i att

förändra och forma användarnas beteenden och normer för att bekämpa spridningen av desinformation online. Det krävs en investering i digital mediekompetens och utbildning för att användarna själva ska kunna förändra detta mönster av desinformationsspridning online. Det förespråkas även ett ökat samarbete mellan regeringar, sociala medieplattformar och andra intressenter i samhället för att hantera utmaningarna med desinformation på ett effektivt sätt. Vikten av en välfungerande och ansvarsfull digital miljö är ovärderlig och något som krävs för att vi gemensamt ska kunna bekämpa dagens problem med desinformationsspridning.

## 2.4 Tidigare forskning om ungdomar och desinformation på Tiktok

Det har gjorts ett fåtal studier inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga fältet i förhållande till just ungdomar och desinformation på Tiktok. Bland annat har särskilda fall undersökts där fokus ligger på innehållet, alltså desinformationen i sig, snarare än hur den unga publiken faktiskt förhåller sig till fenomenet. Basch m.fl (2021) har utfört en studie där de undersöker desinformation gällande Covid-19 och vaccination, med ett syfte att beskriva hur detta ser ut och utformar sig på Tiktok. Resultaten visade att innehåll med falsk information gällande vaccination mot Covid-19 hade en hög spridning på plattformen. Detta talar för att ”fel” saker definitivt har en tendens att bli virala på appen. Alonso-López m.fl (2021) har även de undersökt hur Tiktok fungerar som ett verktyg för desinformationsspridning i länderna Spanien, Portugal, Brasilien och USA. I denna studie har intervjuer genomförts med faktagranskningsbyråer gällande hur vanligt desinformation är på Tiktok, och hur potentialen ser ut att kunna granska innehållet på appen. Det finns även en del studier som gjorts där individens förhållningssätt till desinformation faktiskt är i fokus. Dessa handlar dock ej specifikt om Tiktok, utan snarare på sociala medier överlag. Tandoc m.fl (2019) har genomfört detta genom både kvantitativa enkäter och ett mindre antal djupgående intervjuer. De kommer fram till att de flesta ignorerar desinformation de exponerats för. Enbart i de fall innehållet anses mycket relevant för individen sker någon typ av vidare efterforskning och korrigering. Många sociala medie-plattformar erbjuder även en funktion där falsk information kan rapporteras av användaren, studien kommer dock fram till att denna sällan utnyttjas.

Kort sagt finns tidigare studier som berör specifikt innehåll och situationer i samband med desinformation på Tiktok, men där det saknas empiri om publiken mer djupgående. De

publikfokuserade studierna lutar mer åt det kvantitativa hållet, samtidigt som kunskap saknas om den unga publiken på just Tiktok. Med detta i åtanke menar vi att det råder en forskningslucka. Denna skulle kunna fyllas genom en studie som först och främst har publiken i fokus samt fokuserar på denne på ett mer djupgående sätt genom dess kvalitativa karaktär. Detta för att faktiskt förstå, genom diskussioner, hur de resonerar över sitt förhållningssätt till desinformation. I studien Tandoc m.fl (2019) gjort får de svar på *hur* publiken gör vid exponering för desinformation, men det saknas information om *varför* de gör som de gör. Denna studie ämnar därför bidra med kunskap om hur, men framförallt varför ungdomar gör som de gör med desinformation på Tiktok, och på vilket sätt de upplever att de själva och andra påverkas av det. Detta med en kvalitativ metod som även det är en bristvara inom det aktuella forskningsfältet.

# 3. Teori

Denna studie har som syfte att undersöka hur ungdomar förhåller sig till desinformation på Tiktok. Därför valdes en teori gällande mediekompetens som på något sätt kan förklara hur ungdomar tänker kring desinformation samt knytas samman med deras förhållningssätt till detta fenomen.

Tandoc m.fl. (2017) genomförde en enkätstudie i Singapore som presenterar ett konceptuellt ramverk, för att förklara hur individer tänker kring och bekräftar sanningshalten i information de konfronteras med på internet. Ramverket togs fram genom enkätsvar från 2501 singaporianer vilket gör urvalet representativt. En av frågorna var formulerad på så sätt att respondenterna, genom öppna svar, fick beskriva hur de verifierar information de kommer över på sociala medier. Syftet med denna fråga var inte att kartlägga heterogenitet i svaren, utan snarare att genom de olika svaren kunna identifiera nyansering i individernas autentiseringsprocess för att sedan ta fram ett konceptuellt ramverk.

Studiens resultat leder fram till ett ramverk bestående av en typ av tvåstegs-process. Denna går ut på att individen i första hand använder sin egen förmåga för att bedöma informationen. Om individen anser sig ha tillräckligt med kunskap gällande informationens sanningshalt stannar processen här. Räcker dock inte detta vänder sig individen till externa resurser för att kunna bekräfta om informationen är sann eller falsk (Tandoc m.fl., 2017). Syftet med användningen av denna teori är inte att placera in respondenterna i olika kategorier där de gör på ett specifikt sätt. Snarare att använda ramverket som utgångspunkt för att analysera gruppernas resonemang kring desinformation samt sin mediekompetens i förhållande till teorin.

## 3.1 Den interna processen

### 3.1.1 Jaget

I den interna processen som enligt Tandoc m.fl:s (2017) ramverk är det första steget i att bedöma huruvida information på internet är sann eller falsk, utgår individen delvis från en själv. I denna process handlar övervägandet om individens egen instinkt, visdom och insikt. Detta är i många fall sådant som magkänsla och tidigare erfarenhet. Enligt enkätsvaren i studien svarade särskilt de äldre respondenterna att de genom sin erfarenhet och tidigare

kunskap kan se vad som är desinformation genom meddelandets utformning. Detta kan exempelvis vara att innehållet verkar överdrivet vid första anblick. De yngre respondenterna utgick i många fall från jaget genom att lita på sin magkänsla. Någon mer ingående beskrivning på vad denna magkänsla är framgår inte.

### 3.1.2 Källan

Ytterligare en resurs som används för att bedöma sanningshalten i informationen är källan. Detta innebär att individen kollar efter om informationen är publicerad av etablerade professionella institutioner eller inte. Här utgår respondenterna från huruvida de känner till källan sedan innan eller ej. Många av respondenterna nämnde namnen på de största nyhetsorganisationerna i Singapore. Såvida informationen var publicerad av dessa kunde meddelandet bekräftas som sant. Denna resurs handlar alltså om att såvitt källan anses trovärdig genom dess legitimitet som väletablerad institution, kan även informationen göra det. Det kan dock även handla om en källa som är känd hos individen sedan tidigare som opålitlig, genom detta anser sig respondenten direkt kunna uttala sig om att något är desinformation. (Tandoc m.fl., 2017).

### 3.1.3 Meddelandet

Den sista dimensionen inom den interna processen är att individen granskar meddelandet i sig för att bedöma om informationen är sann eller inte. Här talar respondenterna i studien om sådant som att granska tonen i meddelandet för att kunna avgöra om den är partisk och missvisande. Även kvaliteten på informationen, alltså om den är välskriven och anses ”professionell” eller om informationen verkar ologisk och orimlig tas i beaktande. Genom dessa granskningar anser sig en del individer kunna bedöma huruvida något är desinformation. En problematisk aspekt av denna dimension som en stor andel verkar gå efter är meddelandets popularitet. I resultaten kunde författarna se att de inlägg med många gilla-markeringar, kommentarer och delningar kunde vara en bekräftelse i att informationen är sann (Tandoc m.fl., 2017). Detta är en intressant aspekt att jämföra mot denna studies resultat då Tiktok och dess rekommendationssystem exponerar innehåll mer, ju fler som interagerar med det. Att ha detta som del i sin autentiseringsprocess kan därav vara mycket problematiskt när de kommer till Tiktok och dess utformning.

## 3.2 Den externa processen

I de fall den interna processen inte räcker till för att individen skall kunna avgöra om något är sant eller desinformation, går de vidare till externa handlingar. Detta kan ske antingen på en institutionell nivå eller en interpersonell nivå och kan i sin tur ske antingen oavsiktligt eller avsiktligt (Tandoc m.fl., 2017).

> *When the initial encounter still leaves doubts on the authenticity of the news message, respondents spoke of a second step of authentication, which entails cross-checking with sources external to the self, the source, and the message* (Tandoc m.fl., 2017).

### 3.2.1 Oavsiktligt på institutionell nivå

Att bekräfta sanningshalten oavsiktligt på institutionell nivå innebär att individen, utan att egentligen göra något, väntar på att ytterligare en eller fler institutionell/-a källa/-or ska dela och då i sin tur bekräfta informationen. Detta sker istället för att aktivt söka upp informationen på andra källor för att kunna bekräfta den. Det innebär alltså att om fler källor och institutioner publicerar samma information kommer individer i större utsträckning lita på att den är sann. När denna typ an handling används läggs inte särskilt stora resurser på verifieringsprocessen. Det handlar snarare om att såvida informationen under ett senare skede dyker upp i individens flöde, noteras detta och används antingen för att stödja sanningshalten eller misskreditera den (Tandoc m.fl., 2017).

### 3.2.2 Oavsiktligt på interpersonell nivå

En del individer bekräftar sanningshalten genom att passivt vänta på att den eventuellt ska bekräftas av vänner och familj, alltså att den bekräftas eller misskrediteras oavsiktligt på interpersonell nivå. Detta kan ske genom att personer i ens närmsta krets varnar en för informationen eller mer slumpmässigt börjar prata om den. Detta kan liknas vid den interna processen där individer bedömer något som legitimt genom antal gilla-markeringar, kommentarer och delningar. Här handlar det snarare om personer man känner inom den närmsta kretsen och inte hur många främlingar som interagerat med inlägget. Har exempelvis någon man känner kommenterat på inlägget kan detta fungera som bekräftelse av sanningshalten (Tandoc m.fl., 2017)

### 3.2.3 Avsiktligt på interpersonell nivå

Att använda sig av ens personliga kontakter för att bekräfta om något är sant eller ej kan även ske på en avsiktlig nivå, där användaren arbetar mer aktivt för att legitimera informationen. Denna handling innebär att individen frågar någon de känner om informationen är sann. Det kan exempelvis vara att en yngre person verifierar innehållet genom att kolla med en förälder. Även bland de äldre åldrarna använder man sig av vänner och familj för att bekräfta informationen. Här används sociala mediers delningsfunktion i hög utsträckning för att vidarebefordra något man sett. Detta antingen till en gruppchatt eller en specifik person för att få andra att bekräfta informationen. En riskfaktor med detta är att inom ens närmsta krets delas ofta ett relativt homogent synsätt på saker och ting. Detta kan leda till att uppfattningen av informationen påverkas av andras synsätt, då det inte är en ”professionell” källa som yttrar sig (Tandoc m.fl., 2017).

### 3.2.4 Avsiktligt på institutionell nivå

Ett annat exempel på när bedömningen av en källas trovärdighet sker avsiktligt är på institutionell nivå. Här använder individen antingen en annan sökmotor så som Google, eller söker direkt via en tillförlitlig källa, för att se om informationen är publicerad någon annanstans. Här läggs stor vikt på traditionella medier som individen har förtroende för. De som använder detta förhållningssätt för att bedöma sanningshalten går mer eller mindre efter formella källor, istället för ens personliga kontakter som på medveten interpersonell nivå (Tandoc m.fl., 2017).

| | Oavsiktligt | Avsiktligt |
|---|---|---|
| Institutionell nivå | Stöta på samma information på andra kanaler | Använda andra sökmotorer för att bekräfta information |
| Interpersonell nivå | Ha vänner och bekanta som delar informationen | Fråga vänner och familj eller experter |

(Tandoc m.fl., 2017)

# 4. Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att genomföra en intervjuundersökning med unga tjejer. Detta för att undersöka deras syn på, och förhållningssätt till desinformation på sociala medie-appen Tiktok. I samband med detta även hur de resonerar kring desinformation och påverkan, både på sig själv och på andra. Vidare skall studien ta reda på deras tillvägagångssätt i att urskilja sann och falsk information och huruvida detta går att kopplas till Tandoc m.fl:s (2017) ramverk gällande mediekompetens.

Följande frågeställningar ämnar besvara studiens syfte:

**Frågeställning 1:** Hur uppfattar de studerade ungdomarna att desinformation på Tiktok påverkar de själva och andra? Hur förhåller de sig till konsekvenserna?

**Frågeställning 2:** Vilka likheter och skillnader går att identifiera mellan ungdomarnas tillvägagångssätt och Tandoc m.fl:s (2017) ramverk för mediekompetens?

**Frågeställning 3:** Vilka konsekvenser ser ungdomar med rekommendationssystemet och dess "for you"-flöde när det kommer till spridningen av desinformation?

# 5. Metod

## 5.1 Kvalitativa fokusgrupper

Den metod vi valde att tillämpa på denna explorativa studie, är en kvalitativ intervju. Detta var ett givet val då huvudsaken är att ta reda på hur och varför de medverkande respondenterna tänker och resonerar som de gör gällande desinformation på Tiktok, istället för att ta reda på hur ofta eller hur mycket dem gör det. En kvalitativ studie beskrivs med egenskaperna som mer ingående och intensiv, där ett mindre antal enheter studeras som till exempel personer eller texter (Ekström & Larsson, 2019:16). Då syftet är att förstå intervjupersonernas förhållningssätt gällande desinformation, ansåg vi att intervju var den mest passande metoden. Detta eftersom Ekström och Larsson (2019:102) beskriver en kvalitativ intervjustudie som möjliggörande insikt gällande människors erfarenheter, upplevelser samt förståelser. Fördelen med en intervjustudie är att respondenterna inte behöver förhålla sig till redan färdiga, begränsande svarsalternativ. Utan här kan de fritt utan restriktioner prata öppet och oberoende gällande deras tankar, känslor samt resonemang i förhållande till deras svar (Ekström & Larsson, 2019:102).

Den typ av intervjustudie som valdes att användas landade i fokusgrupper, konstruerade med fyra medlemmar i tre olika grupper. Detta kom sedan att ändras strax innan intervjuerna genomfördes, vilket diskuteras senare i uppsatsen (se 5.7 Metoddiskussion). Fokusgrupper är en effektiv forskningsmetod för att kunna intervjua flera personer samtidig, där man får värdefull kunskap som uppstår i den sociala interaktionen. Även för att ge respondenterna möjlighet till att inspirera varandra i sina svar, utveckla sina resonemang samt reagera på varandras åsikter genom att antingen hålla med eller säga emot. Fokusgrupper är alltså tacksamt för att identifiera synpunkter som inte blir lika synliga utan gruppinteraktionen, då erfarenheter och uppfattningar kan stimulera respondenternas tankesätt (Ekström & Larsson, 2019:125). Detta blir därmed fördelaktigt i vår typ av studie, då en väsentlig aspekt är att förstå hur de ungdomar som använder Tiktok gemensamt förhåller sig till dess funktion och innehåll gällande desinformation idag. Detta kan därav bli lättare att få en bild av vid en diskussion mellan respondenter och intervjuare.

Något som dock är viktigt att ha i åtanke när det kommer till gruppintervjuer är huruvida respondenterna kan påverka varandra negativt i sina svar, detta uppstår inte på samma sätt i

individuella intervjuer eftersom de inte har någon att jämföra sig med. Efter lite funderingar gällande denna aspekt så valdes dock ändå fokusgruppsintervjuer istället för individuella intervjuer. Detta eftersom fördelarna ansågs överlägsna sett till vårt syfte i denna studie och vikten av att föra en gruppdiskussion kring desinformation på Tiktok.

Trots det självklara valet angående en kvalitativ studie, fanns det även stundvis diskussioner i början av processen rådande för- och nackdelar med en kvantitativ studie, i form av en enkätundersökning. Det finns flera fördelar som en enkätstudie hade bidragit med till vår undersökning. Först och främst är grundtanken i en enkätstudie att kunna sammanställa stora mängder data till mätbara siffror, samt att då generalisera de resultatet till en större population (Karlsson & Johansson, 2019:171–173). Detta hade underlättat då man fått en bredare bild av ungdomars förstående och resonerande gällande desinformation idag, eftersom en betydligt större mängd respondenter ingår i undersökningen. Vidare hade en enkätstudie motverkat intervjuareffekter, vilket innebär olika typer av effekter som kan uppstå och påverka i ett personligt möte (Esaiasson et al., 2017:243–244). Detta hade därmed gjort att både vi och intervjupersonerna hade kunnat ställa så väl som svara på frågor utan några utomstående faktorer som hade kunnat påverka resultatet. Till sist hade en enkätstudie kunnat bidra med fördelar för respondenterna på så sätt att dem inte känner någon press eller stress över att behöva svara “rätt” eller “passa in” i diskussionen (Esaiasson et al., 2017:243). Detta hade då gjort att resultatet blivit något mer tillförlitligt eftersom intervjuaren inte har en risk att påverka respondenternas svar på något vis.

I slutändan konstaterades det ändå att fördelarna med att använda oss av en kvalitativ intervjustudie var överlägset fördelaktiga. Detta till skillnad från andra metoder, sett till att besvara studiens syfte och frågeställningar på bästa sätt. Eftersom det ger oss möjligheten att kunna ställa fördjupande följdfrågor, samt att den fysiska situationen i sammanhanget gör viktiga aspekter som kroppsspråk möjliga att avläsa. Dessa saker är mycket värdefullt i denna typ av undersökning.

## 5.2 Urval

I och med de kvalitativa fokusgrupper denna empiriska undersökning bygger på, har urvalsprocessen skett strategiskt. Detta då en metod av detta slag grundar sig på relativt få undersökningsobjekt som skall kunna ge svar på det som avses undersökas. I en kvantitativ

studie är det den stora mängd data som bidrar till en statistisk representativitet, i detta fall är det istället av större vikt vad de olika respondenterna kan bidra till rent innehållsmässigt (Ekström & Larsson, 2019:113). Principerna för urvalsprocessen som genomfördes var dels att enbart tjejer på gymnasiet valts ut. Detta då fler tjejer använder Tiktok (Internetstiftelsen, 2020), men även med den begränsade tidsramen i åtanke, som resulterar i att ett större antal fokusgrupper ej hinner inkluderas. Syftet var då att få mer homogena grupper och fokusera på endast detta. I framtida liknande studier hade det dock varit av betydelse att inkludera unga killar för att få en bredare förståelse av ungdomar och desinformation på Tiktok i helhet. En vidare faktor som ansågs intressant och vägdes in i urvalsprocessen var gymnasielinje hos respondenterna, detta för att få någorlunda heterogenitet i grupperna. Vardera grupp består därav av medlemmar från tre vanliga, men olika gymnasielinjer i Sverige. Den sista principen i urvalsprocessen var att alla medlemmar är eller nyligen har varit aktiva på Tiktok, detta då personlig erfarenhet av Tiktok är avgörande för att kunna besvara studiens syfte och frågeställningar.

Urvalet har skett genom ett så kallat snöbollsurval, där en person valts ut som sedan fått i uppgift att kontakta ytterligare tre personer (Ekström & Larsson, 2019:114). Ekström & Larsson (2019:126) beskriver även att denna typ av homogena grupper skapar en mer förtroendefull relation mellan deltagarna, vilket i sin tur kan leda till mer ingående samtal med fler åsikter och personlig information. Vi ansåg även att homogena grupper var givande, då deltagarna består av unga människor som i vissa fall annars kan känna ett obehag inför denna typ av aktivitet.

I övervägningen av vilka sociala kategorier deltagarna skulle representera ansågs en större variation ej vara av någon större betydelse för studien, därav valdes deltagare med liknande erfarenheter och social bakgrund (Ekström & Larsson, 2019:126). Syftet med studien har aldrig varit ett så kallat variationsurval där de olika respondenterna representerar en så bred variation i det som skall studeras som möjligt, i hänseende till såsom ålder, kön, erfarenheter och gymnasielinje. Urvalet av respondenter i denna studie skulle därav mer kunna ses som ett typurval, vilket innebär att respondenterna har erfarenheter från det mer ”typiska” inom ämnet istället för extrema fall (Ekström & Larsson, 2019:113). Detta då vi medvetet har valt tjejer i ungefär samma åldrar, som alla frekvent använder Tiktok. Dock består fokusgrupperna av deltagare från olika gymnasieskolor i olika delar av Sverige. Syftet med detta handlade mer

om genomförbarhet snarare än att kunna identifiera potentiella skillnader, vilket ej är syftet med studien.

## 5.3 Respondenter

Respondenterna i studien består av 10 tjejer som är uppdelade i tre fokusgrupper. Två av fokusgrupperna, alltså sex av deltagarna kommer från en kommunal gymnasieskola i centrala Karlstad och resterande fyra deltagare från en kommunal gymnasieskola i centrala Halmstad. En av grupperna består av elever i årskurs tre som går det naturvetenskapliga programmet, en av grupperna består av elever i årskurs tre från ekonomprogrammet och den sista gruppen av elever i årskurs tre från det samhällsvetenskapliga programmet. Samtliga namn på eleverna har bytts ut och årskurs anges bredvid varje grupp. Samtliga elever har gett sitt godkännande till att det som diskuterats i fokusgrupperna får användas i denna uppsats.

Grupperna ser som följande ut:

Grupp 1 – elever från åk 3, ekonomprogrammet

- Karin
- Gertrud
- Inger
- Britt

Grupp 2 – elever från åk 3, naturprogrammet

- Ida
- Moa
- Saga

Grupp 3 – elever från åk 3, samhällsprogrammet

- Anna
- Åsa
- Tilda

## 5.4 Intervjuguide

I utformningen av intervjuguiden (se bilaga 1) lades ett stort fokus på att formulera välgenomtänkta huvudfrågor. Dessa skulle fungera som ett instrument för att besvara studiens syfte och frågeställningar på bästa sätt (Ekström & Larsson, 2019:114). Samtidigt lades stor vikt vid att frågorna skulle vara breda och öppna upp för diskussion i gruppen i och med den valda metoden. Att ha en strukturerad intervjuguide med exakta formulerade frågor ansågs något begränsande i detta fall, och som att gå miste om möjligheterna som kommer med fokusgrupper. De frågor som förberetts inför fokusgrupperna fungerar mer som teman, där vi som intervjuare startar diskussionen och sedan följer samtalen så som dem kommer (2019:114). För att uppnå denna diskussion kommer det som Ekström och Larsson (2019:110) beskriver som uppföljningsfrågor och sonderande frågor att användas.

Uppföljningsfrågor är följdfrågor som syftar till att kunna se olika aspekter av det som respondenterna berättar om, eller för att klargöra befintliga frågetecken samt få svaren mer detaljerade. Vidare är sonderande frågor även det en typ av följdfrågor, men som fungerar mer som ett sätt till att få intervjupersonen att bli motiverad till att svara på djupet samt att förklara hur dem konkret tänker, detta för att påverka längden på svaren och kan vara till exempel tystnad eller ett uppmuntrande “jaha” (Ekström & Larsson, 2019:110). Dessa två typer av följdfrågor kommer således inte att följa någon guide utifrån vår intervjumanual, utan kommer ta form i den specifika situation som råder i stunden.

Innan diskussionerna i fokusgrupperna startade ställdes ett antal frågor som rörde bakgrundsinformation. Dessa frågor berör ämnen såsom ålder, årskurs, gymnasielinje samt ungefärlig spenderad tid på Tiktok dagligen. Intervjuguiden och de huvudfrågor som fokusgrupperna grundar sig i har en uppdelning efter tre olika teman. Det första temat tar upp frågor som berör Tiktok, nyheter på Tiktok samt nyhetskonsumtion överlag. I det andra temat går frågorna mer in på djupet gällande Tiktoks unika rekommendationssystem och ”foryou-flöde”, samt hur respondenterna resonerar kring detta. Det tredje och sista temat introducerar desinformation och hur intervjupersonerna ser på detta i samband med Tiktok, samt hur de själva går till väga för att ta reda på vad som är desinformation, detta för att sedan kunna knyta samman svaren med teorin.

## 5.5 Genomförande

Fokusgruppernas genomförande var fördelad över två dagar då respondenterna befann sig i två olika städer. Den första dagen genomfördes en gruppintervju med ungdomar från gymnasieskolan i Halmstad och dagen därpå genomfördes resterande två gruppintervjuer med ungdomarna från Karlstad. För att få ut så mycket från intervjuerna som möjligt bestämde vi att det mest lämpliga var att vi tog oss dit respondenterna befann sig. Detta både för att underlätta för dem, men även för att uppnå de fördelar som en fysisk intervju medför som till exempel att undvika tekniska problem. Vi hade avsatt cirka en timmes intervjutid allt som allt per grupp, men denna tidsram var inget som begränsade intervjun på något sätt, då vi var flexibla med eventuella tidsöverdrag. Ytterligare en sak vi hade i åtanke var valet av plats, då detta är viktigt för att respondenterna skall känna sig trygga och bekväma. Detta genomfördes genom att vi bokade grupprum på Karlstads stadsbibliotek samt fick tillgång till ett konferensrum på ett kontor i Halmstad. Båda dessa platser var isolerade, neutrala och ostörda för att få ett så bra material som möjligt. Innan inspelningen började under intervjun, var vi mycket noggranna med att informera respondenterna angående uppsatsens ämne, intervjuns upplägg samt en genomgång av vad desinformation innebär. Detta då det var viktigt för oss att varje respondent kände sig förberedd på situationen samt hur det skulle gå till. Vi presenterade även oss själva samt vad vi studerar för att sedan försäkra oss om att det var okej att vi spelade in samtalet. Vi gjorde det tydligt för respondenterna att det inte finns några "rätt" eller "fel" svar för att på så sätt kunna få en mer naturlig och flytande diskussion, utan att de kände att de behövde tänka till en gång innan de pratade.

Målet med den valda metoden var, som tidigare nämnt, att det skulle skapas diskussion. Däremot kunde det hända under gruppintervjuns gång att respondenterna svävade iväg lite väl mycket och kom in på exempelvis andra sociala medie-plattformar eller irrelevanta ämnen för situationen. Då försökte vi som intervjuare leda in deltagarna på rätt spår igen genom att exempelvis ställa nästa fråga eller försöka vinkla det pågående samtalet till studiens syfte. I samtliga fall behövde vi som intervjuare heller inte ställa varje enskild fråga, då samtalen naturligt täckte alla de teman och frågor som förberetts i intervjuguiden. I slutet av intervjuerna var vi noga med att ställa en avslutande fråga, om någon hade något att tillägga, detta visade sig vara av värde då det ofta inträffade. Till sist tackade vi för deras deltagande

och frågade om de hade något vi kunde svara på. Samtliga gruppintervjuer transkriberades för att sedan användas i studiens resultat.

## 5.6 Etisk reflektion

Den kvalitativa metod som används i denna studie medför att resultaten bygger på individers personliga berättelser och information, därav är etik en viktig aspekt att inkludera. Enligt Vetenskapsrådets rapport om god forskningssed (2017:30) är det viktigt att all forskning utförs med respekt för människovärdet. Vår undersökning involverar ingen typ av direkt känsliga personuppgifter som skulle kunna hamna i fel händer vid offentligt publicerande. Däremot är det alltid viktigt att ta hänsyn till respondenternas integritet i denna typ av forskningsstudie. Åtaganden som gjorts i förhållande till detta är bland annat att respondenternas namn ersätts med alias, klargjort deras samtycke till inspelning av materialet samt tydligt informerande av studiens syfte.

Individskyddskravet är den självklara utgångspunkten när det kommer till forskningsetiska överväganden. Detta krav kan delas upp i fyra olika huvuddelar som benämns vid informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, 2002:5–6). Informationskravet handlar om att forskaren har ansvar att informera gällande forskningsuppgiften till de berörda deltagarna (2002:7). Samtyckeskravet handlar om att de medverkande deltagarna i studien har full rätt att själva bestämma angående sin delaktighet (2002:9). Konfidentialitetskravet handlar om att alla personuppgifter ska behandlas och förvaras på ett försiktigt sätt så att inte obehöriga kan komma åt den (2002:12). Nyttjandekravet handlar om att de personliga uppgifter som samlas in endast får användas i sammanhanget för forskningen (2002:14). Dessa fyra krav har under hela processens gång varit väsentliga och tagits i beaktning av respekt för deltagarna och deras integritet, speciellt med deras unga ålder i åtanke.

Man brukar inom vetenskapen tala om fyra principer som utgör ett så kallat “moral consensus” som är av stor betydelse inom just forskaretiken. Bakom dessa står den amerikanske sociologen Robert Merton som har namngett dem CUDOS-kraven, detta står för Communism, Universalism, Disinterestedness och Organized Scepticism. Communism innebär att nya kunskaper som nås genom forskning ej får hemlighållas och döljas, detta uppnås i denna studie genom att resultatet skrivs ut så som det är. Universalism innebär att

vetenskapligt arbete endast ska bedömas från det vetenskapliga, alltså att faktorer såsom forskarens kön, ursprung eller ställningstaganden inte får tas i beaktande. Detta har tagits hänsyn till på så sätt att den tidigare forskning denna studie grundar sig i enbart går efter innehåll. Disinterestedness innebär att det enda motiv som forskning får ha är att bidra till nya kunskaper i gott syfte. I denna studies fall finns mycket tidigare forskning gällande konsekvenserna desinformation har för en demokrati. Vårt motiv är att bidra till en bredare förståelse kring hur individer själva resonerar kring desinformation, för att detta sedan skall bidra till ökad kunskap gällande hur desinformationens negativa effekter på demokratin kan bromsas. Det fjärde och sista kravet, organized sceptisism, innebär att forskare skall ifrågasätta och granska, men att denna bedömning måste ske när forskaren har en tillräcklig grund att stå på. För att uppnå detta genomfördes en utförlig inläsning på ämnet innan uttalanden gjordes (Vetenskapsrådet, 2017:13).

## 5.7 Metoddiskussion

En kvalitativ gruppintervju bidrar till många möjligheter men även en del begränsningar. Metoden bidrar till mer intensiva och ingående studier, däremot går det inte att applicera resultatet på en större population, alltså att generalisera resultaten. Vid en kvantitativ metod såsom en enkätstudie skulle generaliserbarheten kunna vara god då de antal enheter som studerats kan säga något om samhället i stort. Detta är dock inte syftet med denna studie och genom kvalitativa fokusgrupper används en annan form för generalisering. Inom denna görs inga anspråk på att resultatet ska vara statistiskt representativt i förhållande till en stor population. Däremot går generella kunskaper att få genom den ingående och detaljerade studering som görs, som kan bidra till mer och säga annat än de kvantitativa metoderna. Här kan kunskap nås såsom vad som utmärker något och hur det kan se ut i olika sammanhang (Ekström & Johansson, 2019:15–16), vilket är precis vad denna studie syftar att besvara.

Ett problem som uppstod dagen innan fokusgrupperna skulle ta plats i Karlstad, var att det lämnades två återbud, då en tjej från varje grupp blivit sjuk och då inte kunde medverka. Vi försökte hitta ersättare men på grund av tidsbristen gick detta ej att finna. Därav blev två av grupperna en person kort vilket ej var optimalt för den diskussion som ämnade uppnås. Vi valde dock ändå att fortsätta som planerat, då tiden ej fanns till för att skjuta fram intervjuerna. Detta fungerade bra i slutändan trots allt. Däremot kan man fundera på vad fullt

deltagande i alla grupper hade kunnat komma att bidra med, och på så sätt påverka resultatet. Troligtvis hade diskussionerna blivit mer djupa vilket hade kunnat vara givande.

Ekström och Larsson (2019:13) beskriver begreppet validitet som att studien mäter det den avser sig mäta. För att försäkra oss om detta har vi kontinuerligt ställt oss frågan om frågor och resultat verkligen fångar det som syftar att besvaras. Studiens validitet anses relativt hög med tanke på den noga utformade intervjuguide som låg till grund för fokusgruppsintervjuerna. Detta då det lades stor vikt vid att koppla frågorna till både det teoretiska ramverket om mediekompetens, men även det syfte och frågeställningar studien ämnar besvara. För att göra detta skapades ett första tema som berör Tiktok och nyheter överlag, detta för att få en övergripande kunskap och inleda diskussionen. Nästkommande tema berör Tiktoks rekommendationssystem och algoritmer. Detta för att belysa det unika med appen Tiktok samt eventuellt kunna koppla algoritmerna till spridningen av desinformation. Det sista temat berör desinformation och navigering i medieinnehåll. Syftet med detta tema var att få information om respondenternas tankar och åsikter gällande desinformation, samt kunna koppla deras tillvägagångssätt i autentisering till studiens teori. Diskussionerna kunde vid vissa tillfällen ha en tendens att lämna det faktiska ämnesområdet. Vi som intervjuare var i dessa fall noga med att vägleda respondenterna tillbaka in på det rätta temat. Detta genom att vinkla konversationen eller byta frågeställning, vilket stärker validiteten ytterligare.

Ekström och Larsson (2019:13) förklarar reliabilitet som att uppgifterna som anges är riktiga och tillförlitliga, detta innebär i kvalitativa metoder att intervjun utförs korrekt, och att respondenterna svarat ärligt. Esaiasson (2017:64) tillägger även att ett exempel på en sämre reliabilitet är missförstånd i intervjuer. Reliabiliteten är i en kvalitativ metod en aning svårare att uttala sig om, då man aldrig vet hur respondenterna tänker. För att nå de bästa förutsättningarna för detta, var vi tydliga med att innan intervjun informera respondenterna om att det inte finns några rätta eller fel svar. Detta för att uppmuntra till uppriktighet och trygghet i deras resonemang. Vad gäller eventuella missförstånd i intervjuerna kunde vi ej identifiera några tydliga sådana, men även detta går aldrig att helt säkert uttala sig om.

# 6. Resultat

I följande kapitel presenteras och analyseras studiens resultat som uppnåtts med hjälp av de tre fokusgrupperna som tog plats i Karlstad och Halmstad våren 2024. Kapitlet är uppdelat tematiskt för att effektivt besvara studiens tre frågeställningar. Först redovisas mer övergripande information, utifrån fokusgrupperna, gällande ungdomarna på Tiktok samt hur deras nyhetskonsumtion ser ut på plattformen. Denna del inkluderas då den innehåller relevant information för att få en djupare förståelse för resterande delar av resultatet. Därefter kommer resultatet kring desinformation och dess upplevda påverkan presenteras, både på ungdomarna själva och på andra. Vidare behandlas mediekompetens där svaren från fokusgrupperna kommer jämföras med Tandoc m.fl:s (2017) ramverk för att hitta eventuella likheter och skillnader. Slutligen tas resultaten upp gällande Tiktoks unika rekommendationssystem och hur ungdomarna resonerar kring desinformation i samband med detta. Avslutningsvis redovisas en mer övergripande sammanfattning och slutsats kring resultatet.

## 6.1 Ungdomar och Tiktok

### 6.1.1 Ungdomarnas användningsområden på Tiktok

Samtliga respondenter har ett liknande synsätt på varför de dras till just Tiktok som plattform. De var gemensamt överens om att det främst är underhållning som drar intresse till appen. Detta genom att den erbjuder en så pass snabb underhållning med hjälp av dess korta klipp, att man snabbt tillfredsställs. Detta går i linje med Reuters rapport (2022), som tidigare redogjorts för i bakgrunden. Här nämndes de metoder och tekniker som avsiktligt ska få användare att stanna på appen, bland annat personligt innehåll och korta videoklipp. Några menade även på att alternativa kanaler idag kan kännas överväldigande och lite långtråkiga, och att Tiktok då sticker ut i mängden med dess korta klipp som snabbt går att bläddra mellan.

> *Det är mycket korta klipp med mycket underhållning. Om man säger såhär, YouTube, då kanske man ska kolla en halvtimmes långt klipp, det kanske man inte alltid orkar, men på TikTok kommer hela tiden nya roliga grejer. - Ida*

Flera av respondenterna framhäver även hur de inspireras av Tiktok genom olika trender, som kan ge tips om saker de är intresserade av. Många av de nämnde saker såsom mode, smink

och skönhet och att de ofta interagerade med några stora kvinnliga kreatörer som fungerade som en inspiration vad gäller detta. Tilda nämnde i samband med detta att sedan hon börjat använda Tiktok har det hjälpt henne att forma hennes identitet, vilket hon reflekterar över om det verkligen är något positivt egentligen. Det nämns även att Tiktok leder till många inköp då det är en så pass stor inspirationskälla, vilket ibland kan bli problematiskt. Britt beskriver att hon i november 2023 valt att radera appen på grund av denna anledning, då hon kände att alla cirkulerande trender ledde till en okontrollerad köphets. Detta är något de andra respondenterna i denna fokusgrupp instämmer med. Dock har de aldrig tagit till med liknande åtgärder, eller ens reflekterat över att inaktivera, även fast de anser köphetsen som ett problem på plattformen.

> *Nej men jag kände bara, det kanske inte var just reklam (som fick mig att köpa). Men typ så här, det är väldigt mycket så produkter, typ skönhetsprodukter. Att varje gång om någon pratar gott om det, så blev det såhär (att jag köpte det), det är så lättillgängligt. Och sen så har de länkat det i sin profil. - Britt*

Britt berättar även om hur hon ofta kan komma att känna ett utanförskap i samtal med sina vänner, samt att hon missar mycket information samt inspiration i samband med att hon raderat appen. Detta är ett tydligt exempel på hur Tiktok idag har blivit en så pass stor del av många ungdomars liv, och att de upplever sig ha svårt att klara sig utan appen och dess innehåll. Hon beskriver vidare i samma konversation hur hon ibland fick låna sina vänners app för att kunna hitta en specifik information hon sökte. Detta var något som kom på tal i flera av fokusgrupperna, att ett visst innehåll inte går att ta del av någon annanstans än på Tiktok. Det kunde vara allt ifrån kändisskvaller till pluggtips, men även videorecensioner var något som föredrogs istället för traditionella recensioner på andra sökmotorer. Detta beror troligtvis på det Huang (2022) skriver om i artikeln, som tidigare behandlats i bakgrunden, om att sökandet blir mer interaktivt på Tiktok. Det anses då betydligt mycket mer smidigt än exempelvis Google, där man måste gå igenom en stor mängd innehåll för att hitta just det man söker.

> *Man har inte TikTok och då känner man sig (utanför), alltså jag kan typ inte vara med i samtalen, man blir helt världsfrånvänd. Alltså jag kan… Ibland får ni liksom förklara för mig hur saken ligger till. - Britt*

### 6.1.2 Ungdomarnas nyhetskonsumtion

Ingen av respondenterna visar ett större engagemang för nyheter, varken på Tiktok som app eller rent generellt. Samtliga fokusgrupper nämnde dock att de alla exponeras för nyheter till viss del på Tiktok, men att detta inte är något de reflekterar speciellt mycket över. Expressen är en av de nyhetsredaktioner som har gjort en speciell anpassning till just Tiktok, där dem har en funktion med korta nyhetsklipp som inleds av att en kvinna säger frasen “Hej Tiktok”. Dessa videor var något som kom på tal i alla grupper och respondenterna förklarade att de var den främsta nyhetskällan dem tar del av på appen. Även lokala tidningskonton, som Hallandsposten och Nya Wermlands Tidningen, var något alla respondenter tog upp att de regelbundet exponerades för. Dessa klipp ansågs extra intressanta då de berör aktuella sakfrågor i ens närhet, som därmed anses viktiga att hålla koll på. I samband med detta diskuterades i en av grupperna även hur dem inte engagerar sig speciellt mycket för internationella och nationella nyheter i övrigt.

> *Ja men alltså det är ju såklart lite mer intressant att se vad som händer i Sverige i och med att det är här man bor, och det är här man tar del av nyheterna. Alltså jag tror att mer skulle intressera sig av att kolla på någonting som heter Göteborg, Halmstad eller Stockholm än om det skulle hända i Spanien. Det är mer nära mig. - Inger*

Bergström & Jevelycke Belfrage (2018) kommer i sin studie fram till att ungdomar frekvent tar del av nyheter vi sociala medier. Detta verkar ske på ett sätt som ofta är oavsiktligt, trots att de förväntar och förlitar sig på att bli tillräckligt informerade. När diskussionerna analyseras verkar respondenternas inställning gå i linje med detta resultat. Det går att avläsa hur majoriteten av dem nöjer sig med nyheterna de exponeras för på appen, och inte har något större intresse av övrig nyhetskonsumtion.

En av respondenterna resonerar lite annorlunda kring sin nyhetskonsumtion till skillnad från resten. Tilda beskriver att hon överlag försöker följa med i den dagliga nyhetsrapporteringen, då hon anser det intressant och viktigt att hålla koll på saker som sker i omvärlden. Detta gör hon genom att kolla på Rapport, dyker det däremot upp nyhetsklipp på Tiktok stannar hon sällan och tittar på dem. Detta eftersom Tiktok inte är en kanal hon vare sig vill eller orkar ta del av nyheter på.

> *Jag följer faktiskt ingen av dem (Expressen eller NWT), men jag känner igen att det där kommer upp. Men jag tror typ aldrig jag stannar på dem. Jag vet inte, jag tittar inte på TikTok för nyheter tror jag. - Tilda*

Under intervjuns gång får man känslan av att Tilda är den person som är absolut mest kritisk till innehållet på Tiktok och att detta på något vis ”sitter i benmärgen”, som hon beskriver det. Istället för att söka vidare och faktiskt bekräfta om informationen stämmer eller ej, har hon en inställning till att allt innehåll på Tiktok är falskt och skrollar bara vidare. Senare i resultatkapitlet kommer tillvägagångssätt i navigering av innehåll på Tiktok att diskuteras och analyseras, främst i relation till Tandoc m.fl. (2017).

## 6.2 Upplevd påverkan av desinformation på Tiktok

### 6.2.1 På sig själv

Under intervjuerna gick samtalen in både på påverkan av desinformation när det kommer till individuellt mående samt konsekvenstänk, men även vilken typ av desinformation respondenterna i högre grad tenderar att påverkas av.

Saga beskriver att hon utvecklat en hypokondri i samband med att allt fler personer tenderar att “utbilda” folk på Tiktok gällande olika sjukdomar och symtom. Samtidigt som det finns många legitimerade läkare på appen, finns det även okunniga privatpersoner som tror sig kunna mer än vad dem gör. Detta resulterar i en del oro, oftast försöker hon då tänka logiskt men när de kommer till hälsorelaterade saker kan det vara svårt att vara kritisk och realistisk. Resterade gruppmedlemmar instämmer, och tillägger att det även kan handla om andra ämnen, som inte har med hälsan att göra. Moa säger att hon ofta lägger mycket tid på att oroa sig för saker hon exponerats för på Tiktok, och Ida säger att desinformation har en negativ påverkan på hennes psykiska hälsa.

> *Om det är typ så här läkare. Jag har ju blivit hypokondriker, så nu är det så att får jag upp någon på Tiktok som säger att den är doktor och påstår sig saker. Då har jag bara så svårt att se anledningen till varför de skulle ljuga typ. Så då brukar jag bara happ, det är väl sant, jag dör imorgon typ, men sen vet jag ju att det kanske nödvändigtvis inte är så, de kanske tror sig veta mer än vad de gör. Jag vet inte. Jag försöker bara tänka logiskt. - Saga*

Skillnaden mellan professionell och falsk information kan vara svår att urskilja även i andra fall. Moa tar upp att sedan professionella företag och redaktioner, såsom Expressen och NWT, skapat egna Tiktokkonton flödar det mycket sann information på appen. Detta resulterar i att gränsen mellan sant och falskt suddas ut, då det kan bildas mycket spekulationer eller vinklade åsikter av den sanna informationen. Bedömningen av informationens trovärdighet försvåras även ytterligare med tanke på hur desinformationen idag kan vara utformad. Respondenterna menar att det finns så pass mycket information, och så pass mycket skickliga producerare att det är lätt att lura folk genom professionella utformningar. Förr var tekniken inte lika utvecklad, och folk var inte lika kunniga när det kom till att förvränga information.

> *Det känns ju som att det är så många som är säkert väldigt bra på att sprida desinformation och få det att verka... (sant). Man har haft så mycket tid nu att lära sig det. - Tilda*

> *Förr var det ju inte lika utvecklat. Och då hade man kanske inte samma kunskap om hur man kan sprida desinformation och så. Så det är mycket det att tekniken utvecklas och allt sånt. Att då utvecklas det också. Att man blir bättre på det. - Åsa*

> *Jag tror också att det finns så otroligt mycket information. Så mycket som läggs ut. Att det blir svårt att solla mellan vad som är sant och vad som inte är. - Anna*

De diskuterar även att ett liknande problem är AI och dess ökning i samhället. Inte minst när det kommer till bild och videosammanhang, där man kan manipulera både röster och bilder till att se helt verkligt ut. Tidigare har det troligtvis varit lättare för individer att genomskåda desinformation, då den främst varit utformad i text. Tiktok däremot består av videoklipp och människor förknippar ofta något som fångats på film som sant, här uppstår stora utmaningar efter AI:s introducering. Att avgöra vad som är manipulerat innehåll kan därmed vara omöjligt. Gertrud resonerar över att detta kan bli problematiskt, på så sätt att om det fortsätter spridas desinformation kommer man till slut inte våga lita på något över huvud taget, eftersom man inte vet vad som är verkligt och inte. Hon menar att det som är sant och

behöver komma ut då inte kommer tas på allvar. Det var denna fokusgrupp som beskrev att Tiktok var den enda kanal de tog del av nyheter på, om detta är fallet för fler ungdomar är det mycket möjligt att detta faktiskt blir ett verkligt problem och ett stort hot för demokratin såsom Pérez-Curiel m.fl., (2022) och Tenove (2020) kommer fram till.

När det kommer till den typ av desinformation som respondenterna anser påverka dem mest framkom lite olika svar. Ett av samtalen går in på aktivism av olika slag på Tiktok. Här upplever Saga att hon med större sannolikhet påverkas och går på det som sägs, samt att det troligtvis är ett väldigt effektivt sätt att sprida desinformation på. Hon beskriver det som att när det handlar om människors rättigheter och andras liv vågar man inte vara kritisk, speciellt om det är något man sedan tidigare inte är särskilt insatt i. Vidare är några av respondenterna överens om att mycket information inte anses tillräckligt ”stor” eller “allvarlig” för att man ska vara källkritisk. Karin menar att hon inte litar på allt när det kommer till chockande nyheter, men gäller det mindre information eller vardagliga fakta medger hon att hon lättare går på det. Även i en annan fokusgrupp säger Ida att mindre seriösa påståenden är lättare att gå på då det inte spelar någon större roll ifall det är sant eller inte. Detta går i linje med det resultat Tandoc m.fl (2019) får, om att de flesta människor ignorerar desinformation tills det dyker upp något som anses mer viktigt och av mer betydelse. Enbart i dessa fall gör individen efterforskning och kontrollerar informationen en extra gång. Troligtvis beror detta resonemang på den överväldigande mängd information som cirkulerar på Tiktok, det blir helt enkelt omöjligt att förhålla sig kritiskt till allt som dyker upp.

> *Ja, alltså jag tror att det är väldigt lätt när man sitter och pratar om det så här och säger typ så, nej men jag är källkritisk och jag litar inte på allting. Men det handlar ju om när det kommer till sådana alltså chockande nyheter. Så är man så, men vänta lite. Och så måste man kolla på om det stämmer och sånt. Men om det är bara så, fakta som de går ut med, fakta om att killar utvecklar sig långsammare än tjejer. Alltså om jag hade läst sådär fakta på TikTok, då hade jag ju gått och sagt den till dig dagen efter. Utan att tänka två gånger. - Karin*

Här framgår inte enbart att viss information ej anses tillräckligt stor för vidare efterforskning. Utan även att Karin har en tendens att sprida vidare information, trots att hon ej fastställt

sanningshalten. Detta tyder på att Karin ej förhåller sig till konsekvenserna som hennes inställning resulterar i och hur dessa kan komma att påverka andra.

### 6.2.2 På andra

Det diskuterades även vilken typ av människor respondenterna själva tror påverkas och är mer utsatta för desinformation. Alla grupper kommer här fram till att det troligtvis är barn på appen som har svårt att navigera i innehållet. Moa tar upp ett exempel om en video som gick viralt om att Ryssland skulle invadera Sverige, vilket skulle leda till krig. Respondenterna tror att de själva har lättare att vara kritisk till dessa saker då de har mer erfarenhet av falsk information på internet, samtidigt som källkritik är något de studerat i skolan under många år. Moa beskriver vidare att hon hört att det utbrutit kaos på skolor med många oroliga barn efter att videon spreds. Ida resonerar i att det troligtvis också blir värre eftersom barn inte kompletterar informationen med innehåll från andra källor, där en mer verklig bild av situationen presenteras. Tilda tror även att den äldre generationen har lättare att påverkas av desinformation, då de inte växt upp med internet eller haft samma behov av en kritisk inställning. Nuförtiden är källkritik något som ingår i läroplanen men så har det inte alltid varit. Hon beskriver vidare att hennes mamma upprepade gånger förlitat sig på videor som Tilda direkt kunnat se är desinformation.

Detta är intressant om man jämför det mot det resultat Martinéz-Costa m.fl (2022) kommer fram till i sin studie om ”ingen kan lura mig”-uppfattningen. Författarna kunde här se att den yngre generationen anser sig vara bättre än äldre i sin mediekompetens, medan de äldre respondenterna menade att de yngre presterar sämre. I Martinéz-Costa m.fl (2022) studie involveras personer i åldersgrupperna 25-40 år, som representerar de yngre, och 41-54 år, som representerar de äldre. I denna studies fall är det personer under 20 år som menar att barn och ”äldre” presenterar sämre, alltså skiljer det sig en del vad gäller åldrarna, men det är fortfarande intressant hur tankesättet verkar vara detsamma.

> *För just barn så är det väl mer att de kanske får mycket information därifrån som då inte är sann och tror på det. Sen för oss som kanske är lite mer källkritiska och liksom vet att det kanske inte ens är sant så tror jag inte det har (mängden desinformation) påverkat så mycket för att då är jag ändå ganska*

> *kritisk runt det på TikTok. Men för unga tänker jag, då har det påverkat mer. - Ida*

Ytterligare en grupp av människor som respondenterna anser kan ha svårt att urskilja desinformation på Tiktok, är folk som inte är speciellt pålästa eller som är mer naivt lagda. Vilka dessa typer av människor är beror på ett flertal olika faktorer. Att inte vara påläst kan ha att göra med en låg utbildning eller en familjesituation där föräldrarna själva har mer av denna naiva inställning. Alternativt att man helt enkelt är medieovan och inte har växt upp med sociala medier närvarande. Respondenterna anser sig själva som sagt vara relativt kritiska till innehåll på Tiktok och resonerar över att detta mycket har med ens sociala krets att göra. Tilda säger bland annat att hennes pappa under hela hennes uppväxt varit väldigt kritiskt till nyheter och att hon troligtvis tagit efter detta. Moa säger att det är tack vare hennes högutbildade föräldrar och ambitiösa vänner som hon fått sin kritiska inställning till innehåll på internet. De menar alltså att ”du blir som du umgås” när det gäller påverkansgrad av desinformation.

> *Att ta emot (desinformation) kanske är folk som inte är så pålästa typ, tänker jag, för att då har man ju inte så mycket kunskap om saker och då kanske man lättare tror på det. Men om man vet mer om det så kan man ju lättare vara kritisk mot det, ”Nej, men jag vet att det är såhär, så då är det inte rimligt att det är så typ”. Så de kan ju vara mer lättmottagliga. - Ida*

## 6.3 Mediekompetens hos unga

Precis som Nygren och Guath (2019) kommer fram till i sin studie anser sig respondenterna ha en relativt god förmåga att bedöma vad som är desinformation och inte, samtidigt som mediekompetens värderas som något viktigt. Nygren och Guath (2019., & 2021) når som tidigare nämnt lite olika resultat gällande vad detta höga självförtroende faktiskt ger för resultat i en individs mediekompetens. Vad gäller denna studie går faktisk prestation ej att svara på, däremot har respondenternas mediekompetens diskuterats genom tillvägagångssätt och navigering i desinformation. Detta kommer nu tillämpas på Tandoc m.fl:s (2017) ramverk för mediekompetens, för att fördjupa analysen gällande vissa aspekter. Som tidigare nämnt anser många av respondenterna att det inte alltid är värt att lägga tid och kraft på att bekräfta

källans trovärdighet, ett undantag för detta är dock när det gäller en stor nyhet vilket är viktigt att ha i åtanke.

> *Jag vet inte om det är så ofta jag faktiskt kollar upp det. Utan jag bara så här, det här är nog inte sant och så går jag vidare liksom. - Tilda*

### 6.3.1 Den interna processen

I den interna processen för att bedöma en källas trovärdighet börjar individen med att utgå från sig själv (jaget), alltså sina egna kunskaper samt instinkter (Tandoc m.fl., 2017). Denna process var den som respondenterna hänvisade minst till när det kommer till att granska information. Troligtvis beror detta på att det är den process som är svårast att faktiskt beskriva och sätta ord på. Tilda beskriver det som att känslan av om något är sant eller falskt sitter i benmärgen och att hon redan från start är kritisk då Tiktok inte bör användas som en nyhetskanal, enligt henne. Alla respondenter beskriver denna process som att man någonstans inom sig kan känna vad som är logiskt, och att när man befinner sig på Tiktok är denna känsla ännu mer påtaglig till skillnad från andra sociala medier. Många beskriver även resonemanget "är det för bra för att vara sant så är det nog det". Detta liknar det svar Tandoc m.fl. (2017) citerat i sin studie, där en av respondenterna uttrycker att man ofta faktiskt har tillräckligt med erfarenhet att se om något verkar överdrivet eller ej.

Åsa tror att ens egna kunskaper och instinkter grundar sig i sådant man fått lära sig i skolan om källkritik, och vikten av att vara konsekvent i sitt tänkande. Hon menar även att i takt med att man hör att Tiktok och sociala medier är dåligt så sätter det sig i bakhuvudet, vilket gör att man hela tiden har det i åtanke när man befinner sig på sådana plattformar. Här skulle även ens sociala krets kunna spela en betydande roll. Även om det inte är något respondenterna tar upp i den rådande diskussionen, så nämns det att man ofta tar efter ens föräldrars och kompisars synsätt i autentiseringsprocessen. Inger tar däremot upp att hon ofta funderar över huruvida producenten tjänar något på att sprida informationen, annat än att informera och belysa om ett fenomenet. Kan detta alltså vara en anledning till att man manas att sprida desinformation? Tandoc m.fl (2017) nämner inga specifika faktorer som formar jaget och hur man tänker i sin mediekompetens, detta är alltså förslag och funderingar från fokusgrupperna på saker som ens instinkt kan grundas i.

> *Och ibland så tänker jag typ så här kan det finnas någon vinning i att lägga upp det här? Och mest troligen så finns det ju det. Att man vill få likes eller views och så tjänar man pengar på så sätt. Ibland känns det som att man lägger upp saker bara för att så. Inte. Vad ska man säga? Alltså inte för att det är så bra utan mest för att man vill. Att det är för egen vinning liksom. - Inger*

Nästa steg i den interna processen är hur själva meddelandet är utformat, detta kan beröra saker såsom meddelandets ton och egenskaper. Det kan dock även gå bortom det konkreta meddelandets innehåll och beröra inläggets popularitet. Antal gillamarkeringar och delningar är för många ett bevis på att innehållet är autentiskt (Tandoc m.fl., 2017). Några av de saker respondenterna menar får ett inlägg att se icke-trovärdigt ut är på det sätt informationen framförs på. Karin menar att värdeord är en sådan sak hon brukar akta sig för då detta inte hör hemma i nyhetssammanhang. Flera av respondenterna påpekar även att extrema uttryck eller påståenden också är en sådan sak som kan indikera på att något inte står helt rätt till. Detta liknar de svar Tandoc m.fl (2017) får i sin undersökning och visar på att det finns specifika egenskaper i innehållet som kännetecknar desinformation i meddelandet.

Ida går även in på sådant som kan få innehållet att se mer trovärdigt ut. Här tar hon upp ett exempel på när man använder funktionen på Tiktok där bilder och videoklipp kan klippas in i bakgrunden av videon. Är det alltså någon som informerar om något och samtidigt kan stödja upp detta med bilder på artiklar eller en video på händelsen i bakgrunden, kommer hon med större sannolikhet tro på att det stämmer. Karin nämner också några av dessa små saker som kan bekräfta informationens sanningshalt. Hon tycker att talkort och andra tillhörigheter får det att se professionellt ut, och blir då mer trovärdigt. I och med att Tiktok består av videoklipp där det ofta är en person som pratar, tycker Saga det är av stor betydelse om denne person kan stärka sina påståenden med källor. Hon menar att det finns mycket videos med personer som har inställningen att ”det är såhär, och det vet jag för att det bara är så”. Detta ger känslan av att det är personens egna åsikter samt att de tror sig veta mer än vad de faktiskt gör.

> *Typ sättet som de framför informationen på kanske. Att om man märker att de använder mycket värdeord och gör det väldigt extremt och sånt så kan man vara så. Ja, men antingen så kanske ingenting är sant eller så kanske bara lite är sant*

> *att de kryddar på lite. Medan om man ser att de står väldigt så, med talkort liksom, då så märker man ju mer så att det är mer formellt. - Karin*

Det gick även att finna en del likheter i det resultat Tandoc m.fl. (2017) når om innehållets popularitet i samband med inläggets trovärdighet. Moa tar upp hur hon tycker att en stor mängd gillar-markeringar är något som får inlägget att kännas mer trovärdigt. Ida håller med om detta och förklarar att hon tycker det känns betryggande om flera har sett inlägget. Däremot är det många av respondenterna som ändå är medvetna om att även desinformation kan få stor spridning och uppmärksamhet. Även Tandoc m.fl. (2017) belyser problemet med att se stor exponering som trovärdig information, då popularitet inte är samma sak som autenticitet. Respondenterna i deras studie verkar däremot inte reflektera över problematiken med detta på samma sätt som respondenterna i denna, vilket visar på insikt och förståelse.

> *Ja, det är ju inte bara för att det är många som säger det så är det sant. Det är ju väldigt lätt att saker sprids. Så bara för att det finns mycket så betyder inte det att det är sant. - Britt*

Ytterligare en problematisk åtgärd som har med detta att göra, men som inte Tandoc m.fl. (2017) lyfter i sitt ramverk, är att respondenterna regelbundet använder sig av kommentarsfältet för att bedöma informationens sanningshalt. Flera av de nämner att det ibland räcker med enbart en kommentar för att ens funderingar ska bli bekräftade, eller för att man ska bli övertygad. Gertrud förklarar det som att hon ibland kan komma över folk som har kommenterat "jag var också med om detta", och att hon då tror på det. Ännu ett exempel på detta är Åsa som beskriver att hon ibland kommit över kommentarer som säger att "denna video är AI-gjord". Det kan alltså hjälpa att någon annan uttrycker sin kritiskhet gällande innehåll, för att hon ska få saken bekräftad.

> *Först kollar jag alltid kommentarerna. För oftast står det alltid där om det inte är sant. - Ida*

Det tredje, och sista, steget i Tandoc m.fl:s (2017) ramverk är källan och huruvida denna är välkänd som en professionell institution sedan innan eller inte. Om informationen kommer från något individen sedan tidigare inte känner till, kommer de med större sannolikhet avfärda informationen som falsk. Under fokusgrupperna diskuteras inte enbart nyhetsredaktioner som källa utan även privatpersoner, detta skiljer sig lite från vad Tandoc m.fl (2017) syftar på när

de hänvisar till källa. Även denna typ av källa kommer dock appliceras på teorin, eftersom majoriteten av de källor som finns på Tiktok faktiskt består av privatpersoner. Dessa anses därav väsentliga att involvera.

Samtliga respondenter medger att de aldrig tvivlar på sanningshalten när källan är, eller kontot tillhör, etablerade nyhetsredaktioner. Några av dem beskriver att de börjat känna igen de nyhetsankare som i vanliga fall befinner sig på Tiktok, och därav inte längre upplever att de ens behöver dubbelkolla källan. Detta går i linje med det resultat Tandoc m.fl. (2017) får om att denna del av autentiseringsprocessen går bortom individens egen uppfattningsförmåga och istället bygger på institutioners legitimerade varumärken. Denna legitimitet fungerar som ett bevis på att individen kan lita på innehållet.

Det diskuteras även en del om vad man tittar eller letar efter på en källa som inte direkt är förknippad med en professionell nyhetsredaktion. Ida berättar hur hon brukar kolla på syftet med videon, är personen här för att sprida allmän och viktig information eller vill den snarare väcka reaktioner. Karin däremot brukar ta en titt på användarnamnet och dess utformning, medan Anna pointerade hur en användare utan profilbild är en varningsflagga då man kan börja fundera över varför den inte vågar sin identitet. Åsa brukar gå in på källans profil och kolla vad individen har för andra videor, Om det exempelvis dykt upp något allvarligt hon funderar över och ser att källan i övrigt publicerar oseriösa humorklipp, blir hon genast mer tveksam på innehållets trovärdighet. Verkar det däremot vara en person som ofta sprider information i utbildande syfte, där hon kanske känner igen lite av innehållet sedan innan, känns källan tillförlitlig. En sista faktor som några av respondenterna upplever påverka källans trovärdighet är antalet följare. Om personen som ligger bakom innehållet har många följare, anses den mer autentisk. Även detta går att koppla till den problematik Tandoc m.fl. (2017) tar upp om att popularitet är inte samma sak autenticitet. Antal följare kan ha att göra med att det är en rolig och omtyckt användare, snarare än en pålitlig sådan.

> *Om det är mycket följare och så, så kanske det känns mer trovärdigt också.*
> *- Moa*

### 6.3.2 Den externa processen

Tandoc m.fl. (2017) menar att när en individ tagit sig igenom den interna processen, men frågor gällande huruvida informationen är sann eller ej består, startar den externa processen.

Denna autenticitetsprocess innebär att individen inkluderar någon eller något för att verifiera sanningshalten i innehållet. En av dessa processer är den institutionella, som kan ske både avsiktligt samt oavsiktligt. Den medvetna innebär att individen aktivt söker upp andra legitimerade källor för bekräftelse, medan den omedvetna innebär att individen passivt väntar på att få informationen till sig.

De flesta respondenter medger att de avsiktligt använder sig utav utomstående mer eller mindre formella källor. Det vanligaste svaret var här att de söker på Safari eller Google för att konfirmera innehållet. Däremot förekom en del olika svar på hur långt man är beredd att gå i processen. Ida berättar att hon gärna söker sig till nyhetskällor som bland annat SVT eller NWT om det gäller allvarliga samhällsfenomen, då hon vet att dem inte tjänar på att sprida desinformation. Gertrud däremot nöjer sig med att söka på Google och läsa det översta svaret som Google själv sätter ihop, utan att klicka sig in på någon specifik källa. Skulle hon då inte få upp något om saken i fråga drar hon slutsatsen att informationen inte stämmer. Samtliga respondenter menar dock att dessa åtgärder endast tas till om det gäller något man verkligen vill få reda på, något som anses allvarligt eller akut. Karin beskriver det som att när det gäller något högst aktuellt och stort, exempelvis en skjutning, känner hon att det är värt att kolla upp en extra gång. Dessa svar stämmer väl överens med det som ingår i Tandoc m.fl:s (2017) ramverk. Där nämner de Google som en vanlig institutionell konfirmationskälla, både i de fall individen nöjer sig med en vanlig sökning, eller letar sig vidare till en legitim nyhetskälla.

> *Ja men hade jag fått upp typ att någon är död och jag verkligen kände så här, nej men det här kan inte stämma. Då hade jag nog sökt på Safari istället. För det känns (bättre). Och så får man väl antagligen inte upp någonting och då drar man slutsatsen att det inte stämmer. - Gertrud*

En skillnad från Tandoc m.fl. (2017) i den institutionella medvetna processen, är att individen vänder sig till alternativa källor inom samma kanal. Här beskriver några av respondenterna att de regelbundet använder sig utav Tiktoks egen sökfunktion för att leta sig vidare på appen, och se om någon annan publicerat gällande samma händelse. Denna sökfunktion består både av en sökflik vid namn ”upptäck”, men även utav en funktion i kommentarsfältet på en video där relaterade sökningar dyker upp (Tiktok, 2024), som användaren kan klicka sig vidare på. Moa och Saga förklarar hur de ofta brukar använda sig av dessa länkar, då det är närmast till hands för att hitta det man faktiskt söker.

Den institutionella processen sker även för respondenterna till viss del, på en omedveten nivå, även om det inte verkar vara lika vanligt förekommande som de medvetna handlingarna. Gertrud och Karin beskriver att de till en början kan vara tveksamma till innehåll som dyker upp på Tiktok. Däremot om de sedan skulle exponeras för fler videoklipp som säger samma sak, blir de genast mer övertygade om att informationen kanske stämmer. Vilka källor som publicerar innehållet blir här helt irrelevant, det handlar snarare om den kvantitet som videorna förekommer i. Åsa däremot beskriver fenomenet på ett lite annorlunda sätt. Hon förklarar hur hon brukar tänka på om hon exponerats för något liknande tidigare, vilket i sådana fall hade övertygat henne om att det mer troligt är sant. Respondenternas tankesätt går här att koppla till Tandoc m.fl. (2017) resonemang om hur denna autentisering ses som relativt passiv och sker utan ansträngning i det vardagliga livet.

> *Så kan det också vara att det är så en gång, ingen gång. Att man är så, nej men okej, det stämmer inte. Men sen om man får upp det hela tiden. För att först då kanske man stannar på den videon och sen så får man upp jättemånga fler sådana videos. Då blir man ju till slut så, ja. Då, alltså. - Karin*

Den interpersonella processen kan även den ske både avsiktligt och oavsiktligt. Avsiktligt innebär att individen aktivt söker sig till personer i ens sociala krets, såsom familj och vänner, om man är osäker på informationens sanningshalt. Detta kan ske både genom delningar online eller fysisk interaktion. Oavsiktligt är den mer passiva varianten, där individen enbart väntar på att saken i fråga ska komma på tal bland vänner och familj, även detta kan ske genom fysiska möten eller att bekanta namn i kommentarsfält bekräftar saken (Tandoc m.fl., 2017).

Flertalet av respondenterna använder sina sociala kontakter när de har funderingar kring innehållets trovärdighet. Befinner de sig hemma beskriver de att de ofta frågar sin familj om råd, och skulle de vara i skolan vänder de sig till vänner. Gertrud beskriver även att hon ofta, när hon inte har någon närvarande i stunden, delar innehållet på Tiktok med hennes vänner för att få deras åsikter på saken. Anna reflekterar över om det verkligen är bra att diskutera med ens vänner alla gånger, då de kanske inte heller har full koll på saken i fråga. Denna tanke stämmer överens med den problematik Tandoc m.fl. (2017) tar upp med den interpersonella nivån. Denna innebär att ens sociala krets ofta delar samma tankar och värderingar som en själv, vilket kan leda till felaktiga ställningstaganden. Saga berättar att hon i första hand

stämmer av med hennes vänner, men i vissa fall kan informationen upplevas så pass allvarlig att hon direkt vill vända sig till legitimerade nyhetskällor. Hon har alltså förståelse för denna problematik och vilka konsekvenser det kan få att enbart vända sig till ens närmsta vänner.

> *Det beror lite på plats skulle jag säga. Är man hemma så kan man kolla sen vid middagen typ. Eller om man är i skolan så är det med er typ. - Ida*

> *Det kanske är att man skickar till varandra och bara gud vad konstigt det här var. Eller kan det här verkligen stämma? - Gertrud*

När det kommer till den interpersonella processen på omedveten nivå, gick det ej att finna något under fokusgrupperna som pekar på att denna handling genomförs. Respondenterna använder sig enbart av sin sociala krets på ett aktivt sätt, iallafall utifrån det som gick att utläsa från intervjuerna. Här gick alltså ej att urskilja någon överlappning med Tandoc m.fl:s (2017) ramverk.

Tandoc m.fl. (2017) påstår att autentiseringen av information är en pågående process som består av olika steg individen tar sig igenom, för att avgöra om något är desinformation eller inte. Att detta mönster skulle ske i en specifik ordning, gick inte att upptäcka några tydliga bevis på. Visserligen använder sig respondenterna av de olika stegen, men majoriteten inte på det specifika sättet Tandoc m.fl (2017) förklarar det på, genom att den interna övergår till den externa processen. Moa förklarade det som att hon tar till med olika strategier för att avgöra om något är sant, beroende på vilken situation hon befinner sig i. Hon menar att om hon umgås med folk i stunden som hon funderar över något, då frågar hon efter deras åsikt. Medan om hon är ensam så googlar hon istället upp det på egen hand, då hon ansåg detta som lättast.

> *Alltså är man med andra när man ser det så är det väl snabbast att fråga, ”vad tror du om det här?” Men om man sitter själv så. Ja, googla upp är väl liksom lättast faktiskt. - Moa*

## 6.4 Desinformation i ”Foryou”-flödet

### 6.4.1 Algoritmers bidragande till desinformation

I samtliga grupper diskuterades vad Tiktoks algoritmstyrda ”foryou”-flöde får för konsekvenser när det kommer till spridningen av desinformation. Här ställdes bland annat en fråga om huruvida respondenterna vet vad algoritmer är och hur dessa fungerar på Tiktok. De var överens om att algoritmerna är påtagliga på appen, genom att sådant innehåll man har interagerat med sedan fortsätter att dyka upp i flödet. Ida påpekar även hur snabbt algoritmerna funkar. Hon berättar att hon kan uppleva att efter hon gilla-markerat en video så berör fyra av de följande 10 klippen samma ämne, och hur obehagligt snabbt detta sker. Detta gick även att se i Boeker & Urman´s (2022) studie, som undersökt vilka faktorer som påverkar rekommendationssystemet, där gilla-markeringar var en utav de främsta.

> *Alltså man vet ju att det finns på de flesta, eller jag antar alla sociala media-appar. Men det känns som att på TikTok är det extra påtagligt. Det är verkligen så obehagligt om man, ibland kan man prata om någonting och ibland kan man, om man söker på någonting så är det det enda man får upp. Och det är verkligen nästan obehagligt. - Gertrud*

Under fokusgruppernas diskussioner har respondenterna visat förståelse och ser problematiken med algoritmernas bidragande effekt till spridningen av desinformation. Ida beskriver att Tiktoks ”foryou”-flöde gör det väldigt lätt att sprida desinformation. Även Anna håller med om detta och tror att orsaken är interaktionen på videon, som sker i en typ av dominoeffekt. Hon beskriver det som att en video till en början inte har särskilt mycket visningar, men sedan börjar skickas mellan användare och får därmed mer visningar, kommentarer och gilla-markeringar, som i sin tur bidrar till en ännu större exponering. Karin för ett liknande resonemang där hon belyser risken med hur snabbt något kan få spridning i ”foryou”-flödet av att en video går “viralt”. Hon menar att det räcker att en person lägger upp falsk information för att hundratals nya källor och inlägg ska bildas i relation till denna.

> *Det räcker egentligen bara med att det är en person som ursprungligen lägger upp någon desinformation för att flera, alltså om den går viralt den videon då, för att flera hundra människor ska snappa upp det och sen kanske sprida vidare*

*det. Så att det i sin tur bildas fler inlägg och källor utifrån den här enstaka källan. - Karin*

I en av fokusgrupperna tas det upp ett exempel på när detta skett, när det börjat med ett enstaka inlägg bestående av desinformation, som sedan orsakat stora konsekvenser. Gertrud berättar att det för ett tag sedan spreds en video på Tiktok innehållande information om att en svensk rappare gått bort. Det fortsatte sedan dyka upp fler och fler videos gällande detta för att sedan visa sig att informationen inte alls stämde. De diskuterar även vilka konsekvenser detta fått för personen själv, men även för vänner och familj till personen i fråga. Respondenterna menar att incidenter som denna är problematiska och sorgliga. I samband med denna diskussion tog Karin upp en intressant aspekt gällande vem som sprider desinformation. Hon menar att det säkert finns människor som avsiktligen vill göra det, men att det även många gånger förmodligen sker oavsiktligt, exempelvis på grund av okunnighet gällande fenomenet. Visserligen är detta ett exempel på missinformation, att falsk information sprids oavsiktligt (Demokratiskasamtalet, 2018), men kan på Tiktok vara en stor anledning till att desinformation florerar.

Saga reflekterar över att algoritmerna troligtvis påverkat hennes åsikter gällande händelser i samhället. Hon beskriver att när konflikten mellan Palestina och Israel urartade i oktober 2023, dök det snabbt upp videoklipp gällande detta i hennes ”foryou”-flöde. Den första videon hon exponerades för minns hon var vinklad som att ”Israel är de elaka i situationen”. Eftersom attacken skett så pass nyligen var hon ännu inte insatt i situationen, och stannade därav kvar på videon, gillade den för att visa medmänsklighet samt tog del av kommentarerna. Hon beskriver att hon sedan dess inte fått upp en enda video bestående av andra perspektiv, och att hon därför bildat sig en viss uppfattning av situationen. Hon vet inte ens om allt hon sett är sant, men har nu fått en partisk bild av hela situationen. Hon reflekterar dock över hur hennes inställning sett ut om algoritmerna inte varit så påtagliga, och om hon då exponerats för innehåll från olika synvinklar. Moa håller med om detta, och belyser faran med algoritmer där man enbart tar del av innehåll utifrån ett visst perspektiv och då tar ställning. Detta går i linje med Tenove´s (2020) resultat om hur desinformation utgör ett hot för demokratin då det skadar en ansvarsfull representation.

*Det är ju en nackdel med algoritmen då. Att man lätt hamnar på en grej liksom och bara ser ett perspektiv typ. - Moa*

### 6.4.2 Tiktok som forum för desinformation

Det finns en del olika resonemang i fokusgrupperna om varför Tiktok som plattform är så pass lätt att sprida desinformation på, och att det inte enbart är till följd av algoritmerna. Inger resonerar över att det finns möjlighet att vara anonym på ett helt annat sätt till skillnad från andra sociala medie-plattformar där detta inte förekommer i alls samma utsträckning. Hon resonerar i att folk har lättare att lägga sig i andras åsikter, diskutera i kommentarsfält samt sprida desinformation eftersom det finns så pass stora möjligheter till att vara anonym på plattformen. Saga däremot lyfter det faktum att hon tror att det är så pass lätt att sprida desinformation på Tiktok på grund av att det inte granskas på samma sätt som alternativa sociala plattformar. Hon påstår att spridandet av desinformation ej leder till någon typ av konsekvens, som att användaren blir anmäld eller granskad. Det värsta som kan hända menar hon är att man kan få en motsägande kommentar, i många fall av en anonym användare.

*Jag tror att såhär om, säg att man är den som lägger ut information. Alltså, oavsett om man vet att det inte är sant eller inte så. Alltså, det är ju ingen som checkar en på TikTok heller. Alltså, såhär. Du blir ju inte anmäld om du sprider falsk information. Du blir ju inte, alltså, det värsta som händer är att någon i kommentarerna säger nej, det är inte sant. - Saga*

Guo m.fl. (2021) beskriver riskerna med att sprida falsk information på sociala medier. De förklarar hur detta kan komma att bli så okomplicerat baserat på en del olika faktorer. Bland annat dess låga kostnader för tillgång, lättillgänglighet i användande, men framförallt att det erbjuder en så pass hög anonymitet för användare. Respondenternas reflektioner kring att anonymiteten som Tiktok erbjuder kan leda till ökad desinformationsspridning, går alltså samman med Guo m.fl:s (2021) resultat.

## 6.5 Sammanfattning och slutsats

Ungdomarna uppfattar desinformation på Tiktok och dess påverkan på sig själva, som att de överlag är ganska duktiga på att urskilja sant och falskt innehåll. När diskussionerna dock fördjupas visar det sig att det faktiskt är svårt att navigera på Tiktok samt att desinformation

påverkar dem en hel del. Många av respondenterna beskriver att de oroar sig mycket för sådant de exponerats för. De nämner även att Tiktoks specifika sätt att fungera på försvårar saken ytterligare, till skillnad från andra medier. Det framgår också att man påverkas mer eller mindre av olika typer av desinformation, och att ungdomarna rent generellt inte har ett speciellt stort intresse av att granska information på Tiktok vidare. Uppfattningen av hur, och vilka andra som påverkas av desinformation på Tiktok är samtliga respondenter överens om består av barn, äldre och icke påläsa människor. Gemensamt för dessa är att de har en bristande erfarenhet i källkritik samt en eventuell medieovana.

Alla respondenter har individuella strategier i sin medienavigering som på många vis går att återfinna i Tandoc m.fl:s (2017) ramverk, och de steg dem redogör för. Däremot gick det ej att finna några bevis på att respondenterna utför stegen i en specifik ordning, alltså att den interna processen skulle ske före den externa, vilket Tandoc m.fl. (2017) påstår. Det framgick hur dessa steg snarare var situationsanpassade, och berodde på vad som för respondenten ansågs mest lägligt i den aktuella situationen. Inom de specifika stegen gick att finna flera likheter till Tandoc m.fl.:s (2017) beskrivningar, men även en del skillnader, vad detta kan bero på tas upp i diskussionskapitlet. De mest centrala egenskaper som ryms inom de olika stegen, kunde även utläsas i respondenternas svar. Detta var exempelvis hur individer utgår från jaget genom tidigare erfarenheter och kunskaper, hur ett överdrivet meddelande anses icke-trovärdigt samt hur Google och ens sociala krets används som bollplank.

Respondenterna är överens om att TikToks algoritmstyrda "foryou"-flöde påverkar vilket innehåll som visas, samt att detta kan leda till spridning av desinformation. De diskuterar även hur interaktion med videor på plattformen kan skapa en dominoeffekt som ökar spridningen av falsk information. Dessutom reflekterar de över hur algoritmerna kan påverka deras åsikter, genom att exponera dem för enbart ett perspektiv i ett visst sammanhang samt vilka följder detta kan få. Ett annat resonemang till den stora mängd desinformation på TikTok, är att användare ofta är anonyma, vilket gör det lättare att sprida desinformation utan att bli granskad och få påföljder. Slutsatsen är att TikTok som plattform erbjuder en hög anonymitet och därav en enkelhet i att sprida desinformation, i samspel med ”foryou”-flödet. Detta är högst sannolikt en bidragande faktor kring problematiken med desinformation på Tiktok.

# 7. Diskussion

Syftet med denna studie har varit att genomföra en intervjuundersökning med unga tjejer. Detta för att undersöka deras syn på, och förhållningssätt till desinformation på sociala medie-appen Tiktok. I samband med detta även hur de resonerar kring desinformation och påverkan, både på sig själv och på andra att. Vidare har studien undersökt deras tillvägagångssätt i att urskilja sann och falsk information och huruvida detta går att kopplas till Tandoc m.fl (2017) ramverk gällande mediekompetens.

## 7.1 Reflektioner kring resultatet

De viktigaste slutsatserna som går att utläsa från studiens resultat är att ungdomarna upplever Tiktok som ett forum där mycket desinformation florerar. En bidragande faktor till detta tror respondenterna beror på algoritmerna som styr innehållet efter interaktion. Vad gäller deras mediekompetens anses denna, utifrån de själva, som mycket god. Samtidigt framkommer utifrån intervjuerna att det är lätt att falla för falskt innehåll. Samtliga respondenter har en strategi i sin innehållsnavigering som går i linje med det ramverk Tandoc m.fl (2017) tagit fram, trots att vissa avvikelser går att finna.

Trots att ungdomarna upplever sin mediekompetens som god, erkänner dem att de ibland luras av falskt innehåll. Samtidigt framkommer det att de sällan anser något som tillräckligt ”allvarligt” för att vara värt att kolla upp. Det framgår även i diskussionerna att denna typ av information i ett senare skede kan diskuteras med vänner och spridas vidare. Detta är mycket problematiskt. Oavsett om desinformationen består av något stort samhällsförändrande eller något av mindre betydelse, är desinformationens inverkan på det demokratiska samhället detsamma (Tenove, 2020). Troligtvis är inte ungdomarna fullt medvetna om vilka konsekvenser desinformation kan ha på individer, samhället och demokratiska processer. Detta kan vara en orsak till att innehållet inte prioriteras att noggrant granskas. Då Tiktok grundas i sitt unika rekommendationssystem, och kommer att fortsätta göra detta, är det ungdomarna som måste ändra sin inställning och uppfattning för att detta inte ska fortgå.

Det har tidigare framgått att ungdomar har en tendens att överskatta sin egen förmåga att bedöma källors tillförlitlighet (Nygren & Guath, 2019., Pereira & Moura, 2018., Martinéz-Costa m.fl., 2022). Eftersom respondenterna i vår studie även dem ansåg sig duktiga på detta, kan man fråga sig hur det faktiskt ser ut. Det finns en stor fara med att nästan enbart

ungdomar befinner sig på Tiktok där en stor mängd desinformation florerar, vilket även de själva erkänner. Hur många av alla tiktokanvändare tror sig egentligen veta vad som är sant och falskt? Samtidigt som de i praktiken saknar förmågan att avgöra detta. Borde inte dagens ungdomar som vuxit upp med sociala medier vara medvetna om just detta? Eller är det för att Tiktok och dess rekommendationssystem är så pass nytt som förvirring uppstår?

En av de främsta skillnader från Tandoc m.fl. (2017) vi kunde se, var att den ordning autentiseringsprocessen sker i, inte verkar stämma överens med denna studies resultat. Den ordning som presenteras av Tandoc m.fl. (2017) innebär att den interna processen sker innan den externa processen påbörjas. En orsak till detta tror vi kan bero på studiens metod. I och med de fokusgrupper som genomförts har vi genom diskussioner fått god kunskap kring respondenternas personliga tankar och synsätt. Däremot har ingen kunskap om hur det faktiskt sker i praktiken kunnat utvinnas. Det kan vara stor skillnad i hur man tänker att något görs, till hur det faktiskt går till i det verkliga livet. Med andra ord skulle den ordningsföljd som Tandoc m.fl. (2017) påstår existerar, även kunna stämma in helt och hållet på våra deltagare. Men detta är något som vi med full övertygelse inte kan uttala oss om utifrån denna studies metod. Detta kan även gälla andra delar av resultatet. Respondenterna har inte gett några konkreta exempel på hur de faktiskt agerat i en verklig situation, utan snarare hypotetiska resonemang kring hur de tror sig agera gällande sin medieanvändning. Därav kan vi egentligen inte veta hur väl det som sägs stämmer överens med verkligheten.

### 7.2 Reflektioner kring arbetet

Det finns en del olika faktorer som kan ha påverkat resultatet åt ett visst håll i denna studie. För det första fick vi som tidigare nämnt (se 5.7 metoddiskussion) två återbud dagen innan fokusgrupperna skulle ta plats, vilket resulterade i att enbart tre respondenter medverkade i två av grupperna. En konsekvens av detta, som vi nu i efterhand kan se, blev att diskussionen var mer lättsam och djup i den fokusgrupp med fyra respondenter. Vi upplevde därmed att vi fick ut mer användbar empiri från denna grupp som gick att implementera i resultatet. Detta kan ha lett till att resultatet baserats med en övervägande del på en av fokusgrupperna, vilket kan ha färgat resultatet utifrån deras åsikter och tankar. På så sätt kan det även ha påverkat reliabiliteten negativt. Dessa konstateranden kan därmed på så sätt även påverka generaliserbarheten. Trots att vi fått fördjupad kunskap i unga tjejers medieanvändning, begränsas den gällande hur det kan se ut i olika sammanhang. Men eftersom kvalitativa

metoder inte har som mål att generaliseras till en större population, anser vi inte att detta blev en nackdel, då vi ändå fick den fördjupade kunskap vi sökte. Däremot, i och med deltagarnas liknande förutsättningar, att alla var tjejer i ungefär samma åldrar med en liknande utbildningsnivå, går det att göra en försiktig generalisering.

Ytterligare en faktor som eventuellt har påverkat resultatet och reliabiliteten är de sociala förväntningar som kan skapas i gruppdiskussioner. I fokusgrupper där man går mer in på djupet och ska dela med sig av personliga tankar, kunskaper och åsikter kan det vara lätt att jämföra sig med andra. Speciellt när det kommer till ungdomar, vilka kan vara extra påtagliga för dålig självkänsla och självförtroende, vill man inte framstå sämre än någon annan. Detta kan resultera i att man håller med om något man egentligen inte har särskilt mycket kunskap om eller beskriver sin källkritiska inställning som bättre än vad den egentligen är. Om fallet var detta i denna studie går ej att fastställa, men det är en viktig aspekt att ha i åtanke vi denna typ av diskussioner.

### 7.3 Förslag för framtida forskning

Då vi tidigare konstaterat att det råder en forskningslucka gällande ungdomar, desinformation och Tiktok anser vi att utökad empiri gällande detta skulle vara av betydelse. Förslagsvis i form av en kvantitativ studie, där ungdomars mediekompetens i samband med desinformation på Tiktok testas. Under studiens gång och efter diskussionerna i fokusgrupperna, har en nyfikenhet väckts hos oss kring hur ungdomar faktiskt skulle prestera i någon form av större test gällande desinformation på Tiktok. Det hade givetvis också varit av betydelse att utföra fler kvalitativa studier, både med fokusgrupper men även individuella intervjuer. Då denna studie enbart undersökt unga tjejer, skulle ett fokus på andra kön bidragit till en bredare kunskap. Detta då vi med resultatet i hand anser att det finns mycket kvar att utforska gällande ungdomar och desinformation på Tiktok.

# 8. Referenser


Alonso-López, N., Sidorenko-Bautista, P., & Giacomelli, F. (2021). Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in spain, portugal, brazil, and the USA. *Quaderns De Comunicació i Cultura,* (64), 65-84. Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA - ProQuest

Basch, C. H., Meleo-Erwin, Z., Fera, J., Jaime, C., & Basch, C. E. (2021). A global pandemic in the time of viral memes: COVID-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, *17*(8), 2373–2377. https://doi.org/10.1080/21645515.2021.1894896

Bergström, A., & Jervelycke Belfrage, M. (2018). News in Social Media: Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism, 6*(5), 583–598. https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625

Boeker, M., & Urman, A. (2022). An Empirical investigation of Personalization Factors on Tiktok. *Association for Computing Machinery.* 2298–2309. https://dl-acm-org.ezproxy.ub.gu.se/doi/abs/10.1145/3485447.3512102

Det demokratiska samtalet. (2018). *Vad är desinformation?.* https://demokratiskasamtalet.se/vad-är-mik/vad-är-desinformation/

Digitalsnack. (2022, 4 januari). *TikTok-algoritmen – här är allt du behöver veta.* TikTok-algoritmen – här är allt du behöver veta - Digitalsnack

Ekström, M., & Johansson, B. (Red.). (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap.* Lund: Studentlitteratur AB.

Esiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad.* Stockholm: Wolters Kluwer AB.

European Commission. (2021, 28 december). *Understanding media literacy and disinformation.* Understanding media literacy and disinformation | European School Education Platform (europa.eu)

Fallis, D. (2015). What is Disinformation?. *Library Trends, 63*(3), 401-426. https://www.proquest.com/scholarly-journals/what-is-disinformation/docview/1675007606/se-2?accountid=11162

Guo, B., Ding, Y., & Sun, Y. (2021) The mass, fake news, and cognition security. *Front. Comput. Sci. 15*(153806) https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1007/s11704-020-9256-0

Gustafsson, M. (2021, 10 februari). *Så styr algoritmerna vad som visas på sociala medier.* Internetkunskap. Hämtad 2024-03-26 från Så styr algoritmerna vad som visas på Facebook och andra sociala medier (internetkunskap.se)

Hildingsson, K. (2024, 2 april). *Desinformation.* SO-rummet. Hämtad 2024-04-02 från Desinformation | Samhällskunskap | SO-rummet

Huang, K. (2022, 17 september). For Gen Z, Tiktok Is the New Search Engine. *The New York Times.* https://www.nytimes.com/2022/09/16/technology/gen-z-tiktok-search-engine.html

Internetstiftelsen. (2020). *Sociala medier har ökat under pandemin.* 7 av 10 av de mellan 12–15 år använde Tiktok i första kvartalet 2020 | Svenskarna och internet

Internetstiftelsen. (2020). *Vad är Tiktok, och hur fungerar det?.* Vad är Tiktok, och hur fungerar det? | Internetstiftelsen

Martínes-Costa, M., López-Pan, F., Buslón, N., & Salaverría, R. (2022). Nobody-fools-me perception: Influence of Age and Education on Overconfidence About Spotting Disinformation. *Journalism Practice, 14*(10), 2084–2102. https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2135128

Mediemyndigheten. (2022). *Mediekonsumtion.* mediekonsumtion-2022-1010.pdf (mediemyndigheten.se)

Nygren, T., & Guath, M. (2021). Students Evaluating and Corroborating Digital News. *Scandinavian Journal of Educational Research, 66*(4), 549-565. Students Evaluating and Corroborating Digital News.: EBSCOhost (gu.se)

Nygren, T., & Guath, M. (2019). Swedish teenagers´ difficulties and abilities to determine digital news credability. *Nordicom Review, 40*(1), 23-42. Swedish teenagers' difficulties and abilities to determine digital news credibility - ProQuest

Pereira, S., & Moura, P. (2018). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication, 34*(1), 20-37. https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/0267323118784821

Pérez-Curiel, C., Rúas-Araújo., & Rivas-De-Roca, R. (2022). When Politicians Meet Experts: Disinformation on Twitter About Covid-19 Vaccination. *Media and Communication, 10*(2), 157-168. When Politicians Meet Experts: Disinformation on Twitter About Covid-19 Vaccination | Article | Media and Communication (cogitatiopress.com)

Pherson, H. R., Ranta, P. M., & Cannon, C. (2020). Strategies for Combating the Scourge of Digital Disinformation. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence, 34*(2), 316-341. https://doi.org/10.1080/08850607.2020.1789425

Reuters. (2022). *U.S. states probing TikTok´s effects on young people.* U.S. states probing TikTok's effects on young people | Reuters

Samuelsson, H. (2024). *TikTok antal användare – Användarstatistik för 2024.* Samuelssons rapport. TikTok antal användare - Användarstatistik för - 2024 (samuelssonsrapport.se)

Sanz, E. (2022, 16 december). *Hur Tiktok påverkar hjärnan.* Utforska sinnet. Hämtad 2024-03-28 från Hur TikTok påverkar hjärnan (utforskasinnet.se)

Sundeby, M., Grahn, S., & Forsén, J. (2016, 19 november). Falska nyheter i sociala medier kan ha påverkat USA-valet. *Svt nyheter*. Falska nyheter i sociala medier kan ha påverkat USA-valet | SVT Nyheter

Tan, C. (2022). Regulating disinformation on Twitter and Facebook. *Griffith Law Review, 31*(4), 513-536. https://doi.org/10.1080/10383441.2022.2138140

Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2019). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism, 21*(3). https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/14648849198683

Tandoc, E. C., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., & Zheng Wei, L. (2017). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. *New Media & Society, 20*(8), 2745–2763. https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/1461444817731756

Tenove, C. (2020). Protecting Democracy from Disinformation: Normative Threats and Policy Responses. *The International Journal of Press/Politics, 25*(3). https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/194016122091874

Tiktok. (2024). *Upptäcka och söka.* Hämtad 2024-04-15 från Upptäcka och söka | TikToks hjälpcenter

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning.* https://www.vr.se/download/18.68c009f71769c7698a41df/1610103120390/Forskningsetiska_principer_VR_2002.pdf

Vetenskapsrådet. (2017). *God forskningssed.* God-forskningssed_VR_2017.pdf

# 9. Bilagor

**Tema 1. Tiktok och nyheter**

Vad med Tiktok är det som lockar eller intresserar er?

Är ni intresserade av nyheter?

Finns det några särskilda typer av nyheter ni gärna håller koll på?

Tar ni del av nyheter på andra ställen än Tiktok? Vilka är det isf?

Följer ni några nyhetskanaler på Tiktok? Varför gör ni det?

**Tema 2. ”Foryou”-flödet och algoritmer**

Vet ni vad algoritmer är? Funderar ni någonting på hur det fungerar?

Hur ser ni på det så kallade ”foryou”-flödet och vad som dyker upp där?

Upplever ni att det dyker upp nyheter i ert ”foryou”-flöde? Vad är det isf för typ av nyheter?

När det dyker upp en nyhet i ert flöde på Tiktok, reflekterar ni på något sätt över nyheten då?

- Tex trovärdigheten, om den är sann eller falsk

Är ert ”foryou”-flöde en orsak till att ni väljer Tiktok före andra appar?

**Tema 3. Desinformation och navigering i medieinnehåll**

Vet ni vad desinformation betyder?

Hur vanligt tror ni att det är med desinformation på Tiktok?

Tar ni reda på vad som är desinformation på Tiktok?

Om ni utgår från endast er själva för att bedöma informationens sanningshalt, hur gör ni det?

Tittar ni på källan, alltså vem som publicerat informationen när ni bedömer om den är sann eller ej, hur tänker ni då?

Finns det något särskilt i informationen ni tittar efter för att bedöma om den är sann eller falsk?

Tar ni hjälp av vänner/familj om ni är osäkra på om informationen stämmer? Hur gör ni det?

Tar ni hjälp av andra källor om ni är osäkra på om informationen stämmer? Hur gör ni det?

Hur tror ni att ”foryou”-flödet påverkar spridningen av desinformation på Tiktok?

Hur ser er tillit ut gentemot innehållet som dyker upp på Tiktok?

Tror ni att en särskild typ av personer är mer benägna att sprida desinformation eller ta del av desinformation på Tiktok?

Vad är utmaningarna när ni ska bedöma vad som är sant och falskt på Tiktok?