



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

# **VEM I HELA VÄRLDEN KAN MAN LITA PÅ?**

En kvalitativ studie om medieförtroende med fokus  
på unga vuxnas förtroende för avsändare

**Författare:**

Vasilios Bartziokas

Markus Dalström

Tim Vikman

---

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	VT-2018
Handledare:	Bengt Johansson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

# Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 Hp  
Program och/eller kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap  
Nivå: Grundnivå  
Termin/år: VT-2018  
Handledare: Bengt Johansson  
Kursansvarig: Malin Sveningsson

**Sidantal:** 46 sidor (exkl. förord, executive summary, innehållsförteckning, referenser och bilagor)

**Antal ord:** 13 327 ord (exkl. förord, executive summary, innehållsförteckning, referenser och bilagor)

**Nyckelord:**

*Förtroende, Media priming, medier, avsändare*

---

**Syfte:** Studiens syfte är att undersöka vilken roll avsändare spelar för unga vuxnas förtroende för traditionella medier.

**Teori:** *Media Priming, Fientliga medier-effekten*

**Metod:** Kvalitativa fokusgruppsintervjuer

**Material:** 3 stycken fokusgrupper med sammanlagt femton deltagare

**Resultat:** Resultatet visar att avsändare är av stor vikt för unga vuxnas medieförtroende. Vidare förklarar resultatet ett antal av de mekanismer som ligger bakom att ett förtroende för en avsändare uppstår. Ett viktigt faktum bakom att så sker är visade sig graden av exponering vara. Alltså, studiens deltagare visade sig i stor utsträckning ha ett stort förtroende för de avsändare som de regelbundet kommer i kontakt med. De avsändare som kompisarna pratar om eller som förekommer regelbundet i deras sociala medierflöden var de avsändare deltagarna kände störst förtroende för.

## **Vi vill rikta ett varmt tack till:**

KRISAMS för möjligheten att förvalta uppdraget.

Vår handledare Bengt Johansson för ständigt goda råd.

Amanda Waldenström för hjälpen med fokusgrupperna.

Erik, Johan och Arne, lärare på NTI-gymnasiet, för ovärderlig hjälp med att få ihop våra fokusgrupper.

Samt inte minst de studenter vid NTI-gymnasiet som ställde upp och deltog i undersökningen.

## Executive summary

The role of the media in our time is extremely important to understand. Credible sources claim that the media is our primary source of community information and the source that will help us become independent decision makers in democratic elections. With this in mind, we found media trust to be of great importance to examine. Since we can not, for natural reasons, examine all aspects of this area, we have chosen to delimit the study to media trust associated with senders. Furthermore, the study has been limited to examine media trust among young adult people. This is because media trust is lower among this group than other age groups. The purpose of this candidate thesis is to examine the role of senders for young adults' media trust.

The method of the thesis is a qualitative interview-based kind. Within the framework for that we choose to perform three focus group interviews with a total of fifteen young adults, studying at a secondary school in Gothenburg. During the focus group sessions, participants received three news articles and discussed their confidence in them. After some time, they had to read the same articles where the senders were replaced by others. The way the discussion developed in the two moments was very important for the result. The thesis is based on previous research, both studies conducted in modern times and older studies such as Hovland (1951). The theoretical framework consists of the theories of hostile media effect and, above all, media priming. It is primarily the latter that is important for the thesis.

The main results show that senders are largely crucial for young adults' media trust. We also put light on, some of the mechanisms behind the media trust appear to the group that has been the subject of the study experience. In addition, the results show largely what other factors may be used to determine whether the participants believe in the media. An important factor was that they believe in what they see frequently. Not rarely, it's the news senders that the participants are exposed to through their social media flows that they trust.

Using our theories, a number of interesting conclusions could be drawn from the results. For example, a majority of the participants' reasoning came to the conclusion that a sender, such as Aftonbladet, is trustworthy and that the person in question believes in their content regardless of what other senders communicate.

The major conclusion is that this can be explained by the fact that Aftonbladet is in this case the sender this person takes part of the most. To believe in a sender independent of other senders is an example of first order media priming. The other levels of media priming, second and third order media priming as well as hostile media effect were also very helpful when the result was analyzed.

**Keywords:** *Media trust, sender, media priming, focus groups, hostile media effect.*

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.2 <i>Problematisering</i>	1
1.3 <i>Syfte</i>	3
1.4 <i>Frågeställningar</i>	3
1.5 <i>Inom- och utomvetenskaplig relevans</i>	4
<b>2. Bakgrund</b>	<b>5</b>
2.1 <i>Förtroendebegreppet - en utredning</i>	5
2.2 <i>Förtroende kopplat till medier - en attityd</i>	7
<b>3. Forskningsöversikt</b>	<b>9</b>
3.1 <i>Forskningen om medieförtroende och demokrati</i>	9
3.2 <i>Forskningen om medieförtroende som fält</i>	10
3.3 <i>Medieförtroende ur ett historiskt perspektiv</i>	11
3.4 <i>Medieförtroende idag</i>	12
3.5 <i>Forskningen om avsändarperspektivet</i>	13
3.6 <i>Forskningen om ungas förtroende för traditionella medier</i>	16
3.7 <i>Sociala mediers betydelse</i>	17
<b>4. Teoretiskt ramverk</b>	<b>19</b>
4.1 <i>Fientliga medier-effekten</i>	19
4.2 <i>Media Priming</i>	21
<b>5. Metod</b>	<b>23</b>
5.1 <i>Vad utmärker en fokusgrupp?</i>	24
5.2 <i>Två typer av fokusgrupper</i>	24
5.3 <i>Brister samt utmaningar med fokusgrupper</i>	25
5.3.1 <i>Intrapersonella faktorer</i>	25
5.3.2 <i>Interpersonella faktorer</i>	26
5.3.3 <i>Miljöfaktorer</i>	26
5.4 <i>I praktiken</i>	27
5.5 <i>Genomförande</i>	28
5.6 <i>Stimulusmaterial</i>	29
5.7 <i>Intervjuguide</i>	29
5.8 <i>Reliabilitet och validitet</i>	30
<b>6. Resultat och analys</b>	<b>32</b>
6.1 <i>Resultatet - en första överblick</i>	32
6.2 <i>Utfallet av fokusgrupperna:</i>	35
6.2.1 <i>Moment 1</i>	36
6.2.2 <i>Moment 2</i>	37
6.3 <i>Analys</i>	39
6.4 <i>Exempel på Media Priming</i>	40
6.5 <i>Exempel på Fientliga medier-effekten</i>	41
<b>7. Diskussion och slutsatser</b>	<b>43</b>
7.1 <i>Avsändaraspekten</i>	43
7.2 <i>Deltagarna</i>	44
7.3 <i>Teorival</i>	45
<b>8. Förslag på vidare forskning</b>	<b>46</b>
<b>9. Referenser</b>	<b>47</b>

<b>10. Bilaga</b>	<b>49</b>
10.1 <i>Intervjuguide</i>	49
10.2 <i>Stimulusmaterial</i>	50
10.3 <i>Originalartiklar - referenser</i>	53

## **1. Inledning**

När SOM-institutet (Andersson et al. 2017) vid Göteborgs universitet presenterade resultatet av sin senaste rapport *Larmar och gör sig till* stod ett antal intressanta faktum klart. Rapporten visade hur förtroendet ser ut för ett antal avsändare av medieinnehåll i förhållande till varandra. Public-service-kanalerna uppgavs åtnjuta ett mycket stort förtroende hos svenska folket, samtidigt som bland annat Dagens Nyheter återfinns i mitten av den förtroendeskala SOM-institutet publicerar. Allra lägst är förtroendet för kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen.

Att förtroendet ser så olika ut beroende på vem som är avsändaren av ett budskap väcker onekligen ett antal intressanta frågor. Hur kommer det sig egentligen att man tror på något och i förlängningen därmed känner förtroende? Är det medieavsändarnas olika innehåll som är förklaringen, eller kan det finnas andra faktorer kopplade till själva avsändarna som sådana, som avgör det förtroende vi känner?

### **1.2 Problematisering**

När statistik publicerades över Sveriges mest lästa tidningar 2017 stod ett – i relation till ovanstående förtroendefakta – intressant faktum klart. Den största och mest lästa etablerade nyhetsförmedlare som finns i Sverige är Aftonbladet (Orvesto Konsument 2017:1). Denna paradox är naturligtvis mycket intressant. Då vi inte var säkra på att lågt förtroende för- och högt nyttjande av ett medium, nödvändigtvis behöver utgöra en kontrast vände vi oss till en något äldre SOM-undersökning (2014). I den återfinns några exempel på relationen mellan medieförtroende och konsumtion. Undersökningen (Weibull et al. 2014) slår fast att de som tar del av kvällspress upp till ett par gånger varje vecka – trots allt kan ha ett lågt förtroende för kvällspressen.

Samtidigt konstaterar samma undersökning att de mest frekventa konsumenterna av kvällspressen är de som upplever det högsta förtroendet. Det eventuella sambandet mellan förtroende och användande fördjupar vårt intresse för de två olika perspektiven på medieförtroende: avsändare och innehåll, ytterligare.



Kan det tänkas vara möjligt att känna ett instinktivt lågt förtroende för exempelvis Aftonbladet som avsändare men trots det känna högt förtroende för innehållet? Denna studie har för avsikt att reda ut de olika perspektiven och hur de förhåller sig till medieförtroende.

Beträffande förtroendet står det klart att det finns ett generellt stabilt sådant för de svenska traditionella medierna. Någon förtroendekris råder alltså inte. Bland det generellt sett stabila förtroendet finns det ett antal aspekter som, enligt SOM, kan påverka det upplevda förtroendet. Exempel på sådana faktorer är utbildningsnivå, politisk tillhörighet samt ålder. Vi har valt att utgå från ålderspekten (Andersson et al. 2017).

Frågan om förtroende kopplat till avsändare är naturligtvis intressant att studera generellt. Men vi har alltså valt att avgränsa oss till ungdomar. Denna avgränsning kommer sig av ett antal orsaker. Dessa följer här i punktform.

1. I en sammanfattande rapport där SOM-institutet (Ericson et al. 2017) jämfört unga vuxnas, 16-29 år, förtroende mellan år 2000 och 2016 så indikeras en viss förtroendeminskning över tid. Denna åldersgrupp utmärker sig från andra åldersgrupper i frågan om medieförtroende 16-29-åringar är den åldersgrupp med det lägsta förtroendet för traditionella medier. Att medieförtroendet generellt sett är lägre bland unga är en intressant utgångspunkt och ett skäl till vårt val.
2. Dagens ungdomar har vuxit upp i en mediemiljö som präglas av fler möjligheter och större utbud. Sociala medier, mobila enheter och alternativa nyhetskanaler har funnits att tillgå stora delar av gruppens liv. Detta tycks ha bidragit till en mångfald där användarbarhet passats in i individens vardag (Westlund & Färdigh 2015).

Inom ramen för avgränsningen till gruppen unga vuxna 16-29 år har ytterligare en avgränsning gjorts. Vår studie kommer att genomföras på gymnasieungdomar 16-19 år.

Dels innebär det att argument nummer två bli mer relevant än om 29-åringar agerat föremål för studien då det stora utbudet präglat större delar av gymnasieungdomarnas liv. Dessutom finns ännu en stor fördel med det:

3. En orsak till dessa två avgränsningar är också tidsramen. Denna uppsats omfattas av en period om 10 veckors arbete. Att vända oss till en gymnasieskola är ett tidseffektivt sätt att få tillgång till en stor grupp ungdomar.

Det vi har för avsikt att göra är att undersöka avsändarens betydelse för medieförtraendet - inom ramen för den ovan angivna gruppen. Undersökningen kommer att gå ut på att vi tar ut ett antal artiklar på ämnet migration och kriminalitet som läses av gymnasisterna. Valet av artiklar baseras på att förtraendet för de traditionella nyhetsmedierna är lägst i rapporteringen kring dessa frågor. Vårt intresse är avsändarens betydelse, vi avser alltså inte ställa förtraendet för rapporteringen kring olika frågor mot varandra. Vi kommer därför att låta de personer som är föremål för vår studie läsa ytterligare tre artiklar. Dessa kommer innehållsmässigt vara desamma som de första artiklarna. Skillnaden här är att avsändaren av oss har bytts ut. Detta hoppas vi ska ge oss en inblick i vilka mekanismer som ligger bakom vad som får en att känna förtraende för ett medium och/eller dess innehåll.

### **1.3 Syfte**

Studiens syfte är att undersöka vilken roll avsändare spelar för unga vuxnas förtraende för traditionella medier. Detta kommer göras med hjälp utav gymnasieungdomar i årskurs 2 på NTI-gymnasiet genom fokusgruppsintervjuer. Det faktum att skolan har mediebaserade program erbjuder en potentiellt större mediemedvetenhet hos eleverna som bidrar till ytterligare en intressant aspekt i datainsamlandet.

### **1.4 Frågeställningar**

I vilken utsträckning påverkar förtraendet för avsändaren hur unga vuxna värderar nyhetsinnehåll?

*Här är syftet att undersöka huruvida det befintliga förtraendet för avsändaren är central när unga vuxna tar del av nyheter från traditionella nyhetsmedier.*

Vilka faktorer kan tänkas ligga bakom unga vuxnas förtroendet för avsändaren?

*Givet att avsändaren har en viktig roll avser vi här få klarhet i vad som ligger bakom det förtroende som eventuellt har uppstått.*

### **1.5 Inom- och utomvetenskaplig relevans**

Denna studie är relevant att genomföra då förtroende är en viktig demokratisk fråga. Det är en förutsättning för ett fungerande samhälle att människor känner ett visst förtroende för såväl nyhetsmedier som andra institutioner (Putnam 2000). Ett lågt förtroende för samhällets institutioner kan innebära problem för ett demokratiskt samhälle. Att undersöka medieförtroendet bland en utav de grupper som uppges ha ett lågt förtroende för traditionella nyhetsmedier bidrar med demokratiskt viktiga kunskaper om allmänhetens förtroende för nyhetsmedier. Inomvetenskapligt avser undersökningen bidra till en bredare förståelse för de mekanismer som ligger bakom medieförtroende bland gruppen unga vuxna 16-19 år.

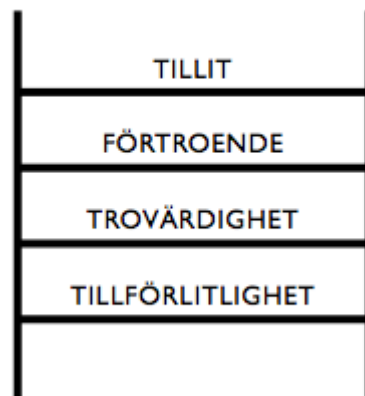
## 2. Bakgrund

*I detta kapitel följer en regelrätt litteraturöversikt, detta för att få en tydlig och klar bild över vilken kunskap som fältet i nuläget har att tillgå. En översikt av fältet ger en god överblick av vilka kunskaper som behöver adderas och därmed vad vår studie kan bidra med. Kapitlet inleds med att begreppet förtroende utreds. Detta då begreppet förekommer frekvent i litteraturöversikten.*

### 2.1 Förtroendebegreppet - en utredning

Begreppet förtroende är för de flesta enkelt att förstå. Men för att undvika tvetydigheter bör dess definition i denna kontext klargöras. Maria Elliot (1997) urskiljer två dimensioner hos individen. En rationell sådan, där en person helt enkelt litar på ett budskap. Vidare presenteras en icke-rationell dimension, som är mer affektivt betonad. Med det menas att en person hyser tro eller förtröstan. Begreppet förtroende bör med andra ord förstås relativt brett, då inte minst när det kommer till vardagliga konnotationer (Elliot 1997).

Figur 1. Tillitsstegen



(Hedquist 2002)

Rolf Hedquist (2002) gör en utredning av de olika tillitsbegreppen och understryker att de faktiskt skiljer sig ganska mycket åt rent definitionsmässigt.

I tillitsstegen (figur 1) kategoriseras alltså de olika begreppen i en skala från 1-4 där *tillförlitlighet* hamnar längst ner och *tillit* längst upp.

Alla dessa ord är närbesläktade men utgår ifrån lite olika perspektiv där tillförlitlighet tycks utgå ifrån sakförhållanden så som värderingen av en text i sin enkelhet, oberoende av utgivare eller avsändare med tillit, förtroende och trovärdighet behöver fler aspekter för att tillämpas där avsändaren är central (Hedquist 2002).

Begreppet förtroende, som i denna uppsats kommer att användas, förutsätter alltså en sorts inställning till avsändaren eller källan för att kunna värderas. Om en person exempelvis känner förtroende för en text så är det alltså en tvådimensionell uppskattning som görs; dels texten men också avsändaren där en individ kan känna att en text är tillförlitlig trots att det finns en avsaknad av förtroende för avsändaren (Hedquist 2002). Tillit å andra sidan, som är det begrepp som enligt Hedquist ligger högst på skalan, kräver en känsla av att individen ska kunna underkasta sig den information som kommuniceras ut vilket innebär att avsändaren kommer att inneha beslutsförmågan. Vad gäller förtroendebegreppet så innehar alltså individen fortfarande möjligheten att beslut om huruvida information ska tas in eller bortses ifrån.

Sedan mycket lång tid tillbaka har samhällsteoretiker intresserat sig för - och uppmärksammat - förtroendebegreppets teoretiska innebörd. Filosoferna Locke och Durkheim var några av dem som påvisade hur viktigt det är att erhålla medborgares förtroende för att kunna vidhålla en fungerande politisk och social ordning. I modern sociologisk och politisk teoribildning är det inte ovanligt att se begreppet i relationsmässiga termer. Utgångspunkten kan vara huruvida förtroende präglar förhållandet mellan aktörer, men också mellan system och individ. Någon eller några har förtroende för någon, några eller något, i den politiska eller sociala världen. Drivkraften bakom studierna har ofta utgjorts av frågor kring politisk makt och legitimitet. En bestående del av den teoribildning som ser förtroende ur ett relationsmässigt perspektiv är av sociologisk härkomst och placerar begreppet inom ramarna för den sociala interaktionen. Denna interaktion gäller dels generellt, både individer emellan och mellan sociala system och individer (Elliot 1997).

Förtroende som social interaktion har också setts ur en fenomenologisk synvinkel där det behandlats som ett fundamentalt inslag i våra vardagsliv och verklighetsupplevelse. Schutz (1962) menade att människors förlitan på validitet i sina upplevelser av den sociala verkligheten är en form av grundläggande förtroende. Andra exempel är Garfinkel (1963), som tar förtroendebegreppet och kopplar det till människans förlitan på att medieaktörerna respekterar spelreglerna vid det dagliga sociala samspelet (Elliot 1997). Förtroende är något som således studerats av många och utifrån ett antal infallsvinklar.

## **2.2 Förtroende kopplat till medier - en attityd**

Elliot (1997) utgångspunkt är att förtroendet för ett medium inte enbart gäller för grupper som använder det. Människor kan känna – eller sakna – förtroende för ett medium utan att ha egna erfarenheter av det. Förväntningarna på ett medium bildas utifrån föreställningarna som människor har om dess karaktär, alltså det som människor förväntar sig av mediet och de värden som människorna förknippar det med. Olika föreställningar och värden kan resultera i skillnader människor emellan när det gäller förväntningar på medier och därav också förtroendet. Överför vi den principiella innebörden av begreppet *förtroende* som kan urskiljas ur teoretiska diskussioner till medier så innebär det att förtroende för medier kan ses som en känslomässigt präglad förväntan på medier som baseras på tidigare kännedom om medier och med relevans för individens relation till medier (Elliot 1997).

Om förtroende ses som ett tillstånd innebär det att förtroende finns inneboende hos varje enskild individ och som därigenom involverar fler aspekter, än endast den kognitiva och som därav i sig inte direkt är observerbart. Detta synsätt på förtroende ligger nära vad man brukar kalla *en attityd*. Begreppet attityd har spelat stor roll inom socialpsykologisk forskning, men också för problemområden inom kommunikation och påverkan. Vad gäller kommunikationsforskning i samband med attitydbegreppet har det i första hand använts som mått på det som förändras hos informationsmottagaren vid påverkan (Elliot 1997).

En attityd tänks enligt Elliot (1997) som en företeelse förankrad i tre grundläggande aktiviteter och tillstånd hos människan; tanke, känsla och handling. Inom samhälls- och beteendevetenskaplig forskning har attitydbegreppet behandlats på olika sätt.

Ett par villkor kan däremot betraktas som någorlunda likartade och väl förankrade inom forskningen – attityden ses övergripande som ett inlärt mönster, baserat på tidigare erfarenheter.

Det är således svårt att urskilja ett konkret ramverk vad gäller förtroende, då människor tenderar att sätta olika värde på olika aspekter av medier. Människor kan ha olika uppfattningar om olika medier då de värderar och prioriterar olika aspekter av dem. Oavsett om värderingen görs utefter aktörer, genre, distributionsform och/eller avsändare så baseras förtroende enskilt hos varje individ gällande mediets handlingar. I denna uppsats definieras förtroende som en attityd där varje enskild individ och dess subjektiva förhållningssätt till de givna nyhetsmedierna bör tas i beaktning. En vedertagen utgångspunkt är således att intervjupersonerna kan känna högt eller lågt förtroende, baserat på deras individuella ramverk och oavsett hur mycket eller lite erfarenhet denna innehar av det specifika mediet.

### 3. Forskningsöversikt

#### 3.1 Forskningen om medieförtroende och demokrati

När det pratas om demokratins kvalitet så lyfts ofta tre centrala kriterier fram; politisk jämlikhet, effektivt deltagande och upplyst förståelse. Ett grundläggande kriterium inom demokratiteori är principen om politisk jämlikhet, då demokrati bygger på principen vad gäller tron om alla människors lika värde. För att demokratin ska fungera krävs också att medborgare vill och kan delta i politiska processer – vilket utgör kriteriet om effektivt deltagande. För att deltagandet ska vara meningsfullt krävs det att den är informerad och upplyst. Alla medborgare bör ha effektiva samt jämlika möjligheter att hålla sig informerade om samhälle och politik (Strömbäck 2014).

Forskning visar att massmedier har stor maktutövningspotential gällande vilka frågor som medborgare tycker är viktiga och deras uppfattning av verkligheten, då mediernas bilder i praktiken ofta blir mer verkliga än verkligheten eftersom det är de bilderna man har tillgång till (Strömbäck 2014). Det är således av stor vikt att kunskaps- och deltagarklyftorna inte blir för stora mellan olika grupper, då effekten av detta riskerar att bidra till en ökad risk för att den politiska representationen orsakar ett demokratiskt utanförskap och minskad legitimitet för demokratin.

Det brukar framhållas tre punkter där medier bör bidra;

1. **Information.** Medierna ska förse medborgare med information så att de kan ta ställning till samhällsfrågor.
2. **Granska.** Medierna ska granska makten – dvs. institutioner, organisationer och företeelser. Ambitionen grundar sig i att motverka maktmissbruk samt återge en rättvis bild av de styrande i samhället.
3. **Forum.** Massmedier ska vara ett forum åt debatt, åsiktsbildning och diskussion (Strömbäck 2014).



Medier är den största källan till samhällsinformation och fyller därav en viktig demokratisk funktion. I ett demokratiskt samhälle bör alla ha lika rätt till lika informationsutbud. (Weibull 2011). Demokrati bygger på kunskap om beslutsfattande och massmedier är en stark bidragande faktor i demokratiska processer. Om förtroendet för medierna är lågt uppstår det demokratiska problem. Nyhetsjournalistikens viktigaste uppgift är, ur ett demokratiskt perspektiv, att tillstå medborgare information för att de själva ska kunna ta ställning i samhällsfrågor (Kovach & Rosenstiel 2014).

En annan aspekt är att om medieförtroendet minskar, så tenderar publiken att i större utsträckning söka sig till politiska partiers källor för information (Turcotte et. al 2015). Ett bristfälligt medieförtroende kan således innebära polarisering i samhällsdebatten (ibid). Nyhetsmedier har en central demokratisk uppgift, i form av att tillgodose allmänheten med information, bland annat om politiska beslut och dess innebörd. När medborgarna ska fatta självständiga demokratiska beslut, som exempelvis att rösta i val bör de ha tillgång till samhällsinformation de känner förtroende för (Ladd 2012).

I en tid av allt mer falska nyheter, desinformation och vad som kallas alternativ fakta så är det av stor vikt att nyhetsmedierna lever upp till denna demokratiska uppgift. Samtidigt är det av även betydelsefullt att förtroendet baseras på hur väl nyhetsmedierna lever upp till denna uppgift och inte präglas av faktorer som till exempel medborgarnas politiska uppfattning. Om inte detta efterlevs riskerar samhället att hamna i en situation där politisk påverkan riskerar att gå före informationsspridning för människor att fritt och självständigt ta ställning i samhällsfrågor. En sådan utveckling brukar inte sällan förknippas med vad som brukar kallas fientliga medier-effekten, som förklaras mer djupgående i det teoretiska ramverket (Strömbäck et al. 2017).

### **3.2 Forskningen om medieförtroende som fält**

*Kanske är det just vad som angivits ovan, alltså vikten av förtroende för de vars uppgift är att granska makten, som är utgångspunkten för varför medieförtroende i sin helhet är ett så pass välstuderat område. Inom ramen för fältet finns naturligtvis ett stort antal studier med olika vinklar och perspektiv. Detta stycke har för avsikt att ge läsaren en möjlighet att bekanta sig med medieförtroende som forskningsfält.*

*Det genomförs med fördel genom att centrala delar av relevant och aktuell forskning återges. När detta är gjorts blir det rimligen lättare att förstå vad vi, genom vår studie avser bidra med.*

Människors känsla kring förtroende har studerats i flera forskningssammanhang. Vad gäller medieförtroende studeras det vanligen med utgångspunkt i människans subjektiva bedömningar av sitt förtroende för olika medier (Westlund 2005). Opinionsforskaren Torsten Österman menar att förtroende kan betraktas som ett tvådimensionellt fenomen. Å ena sidan kan förtroende enligt Österman baseras på människors kunskap om en företeelse och å andra sidan på deras åsikter om den (Österman 2004). Det är därmed möjligt att inneha ett högt eller lågt förtroende oavsett förkunskaper om mediet.

Vad gäller forskning i Sverige har fokus framförallt behandlat två olika nivåer, institutionsförtroende och innehållsförtroende. Institutionsförtroende avser det förtroende medierna erhåller som samhällsinstitution betraktad, medan Innehållsförtroende handlar om allmänhetens förtroende för medier och dess innehåll, vilket sedan 1999 undersökts årligen av SOM-institutet vid Göteborgs Universitet (Westlund 2005).

### **3.3 Medieförtroende ur ett historiskt perspektiv**

Med syfte att förstå hur begreppet medieförtroende förändrats över tid är det relevant att kort utreda vad som låg bakom de tidiga kritikernas resonemang kring medierna. Gramsci, Adorno och Hall är några av vår tids moderna tänkare som ställt sig kritiska till mediernas upprätthållande av ett slags kapitalistiskt system. Det tycks föreligga en hegemonisk struktur som legitimerar makten åt dem som redan har den, vilket i sig skapar en obalans mellan journalist och mottagare. Medierna påstods upprätthålla en elitistisk bild av samhället som sägs vara utformat på ett sätt där läsaren passivt och till viss grad omedvetet suger åt sig information utan att ställa sig kritisk till den (Holt et al. 2017). Med Gramsci och andra har denna mediekritiska hållningen gett upphov till ett instabilt medieförtroende som på många plan och ofta har påståtts vara vänstervriden då det åligger dolda hinder och möjligheter för att åstadkomma någon form av social förändring (Holt et al. 2017).

### 3.4 Medieförtroende idag

Kritiken som fördes förr har allt som oftast handlat just om att vänstern kritiserat borgerligheten, vilket tidningarna över tid tycks ha varit ombud för. I dagens medialiserade samhälle har likartade retoriska medel använts av en annan grupp, nämligen av de alternativa medierna som i hög grad präglas av högerpopulistiska åsikter.

Det finns givetvis en skillnad, men retoriken är i princip densamma, bortsett från att det numera istället är tal om vinkling, favoriserande och mörklägning av information (Holt et al. 2017). Detta förstärks genom att ledande talespersoner för alternativmedierna klandrar eliten, som ju oftast företräds av motparten och närmast personifierar den rådande samhällsordningen genom att lägga in en rad olika nedsättande värderingar i deras åsikter som legitimerar de tankeströmningar som den gruppen representerar. Återigen, Gramscis hegemoniska antaganden översätts alltså från en ursprunglig högerkritisk och maktgranskande disciplin till en alljämt allmänkritisk hållning till traditionell media (Holt et al. 2017).

Invandringskritiska medier tycks idag få stort utrymme i ett digitaliserat samhälle då de snarare ägnar sig åt att misskreditera snarare än att falsifiera annan information. Genom att bejaka Gramscis tankar kring mediekritik så vinner dom rum i samhällsdebatten genom att hävda etablissemangets svajande av sanning och objektivitet. Enligt Holt et al. (2017) så blir det då snarare inte en mediekritik i dess rätta bemärkelse utan snarare en ideologisk maktkamp där en misstro mot de traditionella mediernas dolda politiska agenda som i sig färgar det innehåll som kommuniceras ut. Det faktum att någon hävdar att det finns en låg grad av objektivitet i ett skeende som i sig gör anspråk på att vara just objektiva väcker en legitim misstänksamhet som i sig kan vara intressant. Däremot så tycks denna misstänksamhet förstärkas med spekulativa uppgifter om ett skeende i ett försök att misskreditera avsändaren eller för den sakens skull etablissemanget, vilket ju mycket väl kan vara ett initialt anslag till exempelvis "falska nyheter" som ju idag är ett hett debattämne. Dock så kommer fokus i denna uppsats att ligga på just medieförtroende utifrån ett avsändarperspektiv vilket vi med stor hjälp av SOM-undersökningen (Andersson et al. 2017) samt Oscar Westlunds rapport *Känslor av medieförtroende* (2006) har tillskansat oss värdefulla inslag ifrån. Westlunds studie innehåller en rikhaltig analys med många bra kunskapsbidrag från ett flertal ledande forskare i fältet.

Vi ser därför inga bekymmer med att använda den samt SOM-undersökningen som verktyg genom hela uppsatsen eftersom att studierna rimmar väl med just vår forskningsfråga.

### **3.5 Forskningen om avsändarperspektivet**

*“Individens förväntningar på medier beror på tidigare erfarenheter, eller föreställningar om mediets beskaffenhet.”* (Westlund 2006:6).

Förtroendet för de traditionella medierna i Sverige är i dagsläget att betrakta som stabilt (Andersson et al. 2017). Trots det finns det ett stort antal faktorer som indikerar en oroväckande utveckling. Dessa bör problematiseras och studeras närmare. För att förstå den eventuella förtroendeproblematiken så måste analysprocessen brytas ner i mindre bitar.

Att enbart se det breda perspektivet tenderar att leda till att utvärderingen ofta landar i innehålls- och professionsmässiga frågor, det vill säga att forskningen tittar närmare på journalistens eventuella bakomliggande syfte som sedan speglas i innehållet (Westlund 2006).

Medieinnehåll är en aspekt som är av stor vikt, men alltså absolut inte hela sanningen bakom frågan om förtroende. Att vara objektiv i ett informationssamhälle där det å ena sidan ska föras god och opartisk journalistik men å andra sidan också tjänas pengar så riskerar tidningars framtoning att bli något problematisk. I Sverige tycker drygt hälften av befolkningen i åldrarna 16-85 sammantaget att nyhetsmedierna i liten, eller mycket liten utsträckning är opartiska i sin rapportering vilket förvisso är en siffra som varit ganska stabil över tid (Ericson et al. 2017).

Carl Hovland och Walter Weiss (1951) var tidigt ute med att undersöka vilken vikt avsändaren har för en individ att bedöma trovärdigheten i innehåll. Studien gick ut på att låta en publik läsa innehåll som var skrivet av en, för tiden, högt ansedd aktör men där de bytte ut avsändaren mot en mindre prestigefull. Syftet var att se om trovärdigheten för innehållet fortfarande ansågs gå i enlighet med den ursprungliga, prestigefulla avsändaren eller om det förändrades i takt med att den mindre ansedda avsändaren tillskrivits texten. Resultatet visade en förändring av attityd gentemot innehållet när avsändaren byttes ut från en högt ansedd till en mindre ansedd källa. Detta ger en bild av hur viktig en avsändare är och vilka faktorer som kan tänkas ligga bakom detta.

Även Elliot (1997) talar om individers helhetsbedömning av ett visst medium i fråga om tillit eller förtroende. Förtroendebegreppet kan inte bara värderas genom innehållet eller för den sakens skull perspektivet utan i liknande studier så måste också avsändaren bejakas.

Westlund (2006) menar att en individs uppskattning eller kritik mot ett medium i hög grad är baserad på just aktörer, det vill säga om avsändaren är trovärdig så blir också innehållet det. Oavsett om en individ besitter mycket eller lite kunskap av en företeelse.

Eftersom att Elliot och Westlund båda väljer att se förtroendet som en slags attityd, så är det lättare att undersöka de underliggande mekanismer som kan tänkas ligga bakom en kritisk eller erkännande hållning till ett medium. I denna studie har avsändare satts i fokus givet antagandet att människor i har tidigare kännedom om de givna traditionella svenska nyhetsmedierna, samt att medierna också har varierande relevans för olika individer beroende på hur ofta de exponerats för dessa.

Elliot (1997) och Westlund (2006) tycks båda vara rörande överens om att det egentligen inte spelar så stor roll huruvida en person besitter en erfarenhetsmässig kunskap av en företeelse eftersom att det också finns en symbolisk och en härledd kunskap där de tre antingen har en gemensam inverkan eller att de opererar var för sig eftersom att de alla någonstans tar avstamp i ett slags kapital; symboliskt, ideologiskt eller kulturellt (Westlund 2006).

Det är inte bara i Sverige vi kan se dessa tendenser utan statistik från internationell forskning pekar också på att användarfrekvensen spelar stor roll i fråga om förtroende. Turcotte et al. (2015) använder Fox News som exempel där en enkätstudie visar på att individer å ena sidan hyser stor tilltro till dom men parallellt också väldigt liten, högt och lågt alltså.

Detta förklaras bland annat genom det utbredda medieutbudet men också tidigare erfarenheter eller huruvida nyhetsförmedlingen stämmer överens med ens verklighetsbild.

Äldre forskning pekar i högre grad än sådan som förts på senare tid på att dom flesta individer besitter förmågan att kritisk granska innehåll och därigenom skapa sig ett förtroende baserat på träffsäkerhet, objektivitet, narrativ samt graden av pålitlighet (Meyer 1988). I dagens i digitaliserade värld finns det dock en rad andra variabler att ta hänsyn till vilket inte minst Westlund påtalar.

För att skapa ytterligare förståelse för vad som ligger bakom avsändarperspektivet är det till en början av stor vikt att ta reda på vilka nyhetsmedier den svenska befolkningen i stort hyser stort respektive litet förtroende för. Återigen används den nationella SOM-undersökningen (Andersson et al. 2017) som utgångspunkt. Undersökningen visar att SVT och SR är i toppen, DN i mitten samt Aftonbladet och Expressen i botten vilket utgör en bra måttstock som grund i det fortsatta arbetet.

**Tabell 1 Förtroende för innehållet i svenska nyhetsmedier 2016 (procent, balansmått)**

	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	Ingen uppfattning	Summa	Förtroende-balans
Sveriges Radio	37	37	10	4	2	10	100	+75
Sveriges Television	31	45	12	4	3	5	100	+74
Den lokala morgontidningen	13	42	21	5	2	17	100	+56
Dagens Nyheter	15	31	18	4	3	27	100	+54
Svenska Dagbladet	13	30	19	4	3	31	100	+52
TV4	12	41	27	8	4	8	100	+46
Aftonbladet	4	20	31	18	13	14	100	-10
Expressen	3	16	29	20	14	18	100	-19

**Kommentar:** Frågan lyder *Vilket förtroende har du för innehållet i följande medier?* Förtroende-balansen är beräknad bland dem som har angett en uppfattning i frågan. Balansmättet varierar mellan +100 (alla har stort förtroende) och -100 (alla har litet förtroende). Antalet svarspersoner varierar mellan 1 543–1 637.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

En viktig faktor här är enligt Andersson och Weibull (2016) användningsfrekvensen, det vill säga hur ofta en individ konsumerar eller helt enkelt nyttjar ett specifikt medium. Till skillnad från när vi i uppsatsen inledning var osäkra på korrelationen mellan förtroende och användande kan vi här konstatera att det finns stöd för en sådan korrelation. Detta genomsyrar SOM:s resultat tydligt, i fråga om förtroende för de svenska nyhetsmedierna. Det tycks dock finnas en viss diskrepans mellan förhållandet: användning, och förtroende i public service-medier, kontra exempelvis TV4 och kommersiella medier, vilket åter knyter an till avsändarperspektivet. Statistiken visar nämligen att det i public service-medier går att hitta en korrelation mellan användning och förtroende men också en relativt hög andel hos icke-användarna som hyser högt förtroende för exempelvis SVT (Andersson et al. 2016).

*“Annorlunda uttryckt kan public service snarast beskrivas som ett slags samhällsinstitution som är starkt förankrad hos svenska folket oavsett hur ofta de används. Det kan kontrasteras mot förtroendet för TV4 som är nära kopplat till frekvensen i användningen: de personer som ser lite på TV4 respektive på TV4- nyheterna har också ett lågt förtroende för kanalen.”*  
(Andersson et al. 2016:74f).

En annan förklaring tycks också vara den reklamfrihet public servicemedier åtnjuter samt att de genom sin tekniska utveckling med olika digitala tjänster ha lika god tillgänglighet som kommersiella aktörer (Weibull 2011).

Påverkas förtroendet för medier och dess innehåll av tidigare tidigare kännedom eller erfarenheter? eller är det i större grad innehållet i sig som skapar eller förstör förtroendet? Har förtroende med sociala omständigheter att göra?

### **3.6 Forskningen om ungas förtroende för traditionella medier**

I den nationella SOM-undersökningen (2016) framgår det ganska tydligt att människor i åldrarna 16-29 gör en mer kritisk bedömning av medierna än resterande åldersgrupper. Det är i nyhetsmediernas rapportering om kriminalitet och migration som förtroendenedgången syns som tydligast. Det kan dels förklaras genom att medierna anses undanhålla information som härleds till dessa ämnen, men kan det också ha att göra med vem som är avsändaren av rapporteringen? Även om undersökningen visar att den grupp som tydligast visar minst tilltro i rapporteringen om kriminalitet och migration utgörs av de som uppgett att de sympatiserar med Sverigedemokraterna - så är det intressant att unga vuxna i åldrarna 16-29 år är den åldersgrupp som har lägst förtroende för traditionella medier i allmänhet och för rapportering kring migration och kriminalitet i synnerhet (Andersson et al. 2017).

En faktor till att just den åldersgruppen tycks ha ett generellt lägre förtroende kan vara så enkelt som en generationsfråga. Westlund och Färdigh (2015) menar att yngre människor, som växt upp i ett medielandskap där sociala medier, mobila enheter såsom smartphones samt internets utvecklande ambitioner i fråga om användarbarhet, generellt sätt i högre utsträckning

exponerats för en större kvantitet av information. Här inryms alltså innehåll som publicerats från såväl traditionella som alternativa aktörer, unga har alltså sedan “barnsben” haft en helt annan valmöjlighet att gallra bland publikationer än den äldre generationen. Ett förändrat medielandskap är enligt Westlund och Weibull studie *Generation, life course and news media use in Sweden 1986–2011* (2013) en viktig faktor i ungas mediekonsumtion i förhållande till den äldre generationen. Här spelar alltså sociala och allmänt tilldragande faktorer en stor roll bakom medieanvändningen vilket ger ett hum om varför dom kommunikativa strategierna bakom exempelvis nyhetsavsändare har förändrats till att bli av mer kommersiell karaktär (Westlund & Färdigh 2015). Detta tycks också bekräfta en av många bakomliggande mekanismer som i viss mån är styrande vad gäller val av källa i ett medielandskap som präglas av sociala medier och ett utbrett informationsöverflöd.

### **3.7 Sociala mediers betydelse**

För att återkoppla till just ungas användning och förtroende för nyhetsmedier så finns det forskning som visar att ungdomar i större grad än äldre tar del av nyheter via sociala medier och då genom användardistribuerat innehåll, det vill säga innehåll som pryds av integrerade möjligheter att kommentera, dela eller uttrycka en personlig åsikt i samband med en delad artikel (Bergström et al. 2016). Bergström menar att unga i högre utsträckning än äldre behöver vissa incitament för att ta del av nyheter vilka dom bäst får genom att exponeras för dom i sociala medier där nyhetsartiklar delas med andra och på så vis tycks skapa en sorts social upplevelse individer emellan. Farhågorna med att enbart eller mestadels ta del av nyheter genom delade artiklar på exempelvis Facebook är då att vissa aktörer, beroende på ditt nätverk, kommer att dyka upp oftare än andra vilket då kan innebära en viss favorisering av en typ av avsändare.

Det har skett en förändring över tid vad gäller medieförtroende hos unga. I en undersökning gjord av SOM-institutet (Andersson et al. 2017) så tycks det vara en nedåtgående trend, i samtliga åldersgrupper, i fråga om förtroende för bland annat dagspress och radio/tv mellan åren 2000 och 2016. En förklaring kan mycket väl vara den informationsspridning som internet och sociala medier bidragit till (Andersson & Weibull 2017).



*“The pictures in your head”* som Lippman (1922) så fint formulerade sig tycks i hög grad relevant i detta sammanhanget då en bild av en aktör eller avsändare mycket väl kan ha målats upp som negativ eller positivt, beroende på i vilket sammanhang, vilket medium eller helt enkelt vem som överfört eller förädlat budskapet (Lippman 1922).

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att den befintliga forskningen om medieförtroende och dess olika aspekter utgör ett gediget fält.

Den befintliga forskning vi redogör för ovan är en central utgångspunkt för vad som i förlängningen ska generera den pusselbit denna studie hoppas bidra med kan. Med utgångspunkt från vad forskningen säger, exempelvis Westlund:

*“Förtroendet växer fram hos mottagaren om avsändaren uppfattas som trovärdig. Det är med andra ord mottagaren som avgör huruvida medier uppfattas som trovärdiga eller inte”*  
(Westlund, 2006:6)

Avser vi anamma ett koncept, smått inspirerat av Hovland (1951) där vi ger oss ut bland en grupp människor och uppmanar dem att läsa texter där den avsändare som texten påstås ha inte överensstämmer med dess faktiska avsändare. Tillvägagångssättet beskrivs mer i detalj i metodkapitlet. I vilket fall som helst finner vi det önskvärt att ställa oss på den befintliga forskningsmassans axlar i jakten på att utvinna ett resultat att bidra till fältet med.

## 4. Teoretiskt ramverk

*Denna studiens fokus ligger på avsändare. I vår ambition att närma oss avsändarperspektivet tar vi hjälp av ett antal teorier. Den centrala teorin som vår analys kommer att utgå ifrån är media priming, då den på ett tydligt sätt härledas till avsändare. Dessutom finns det poäng att koppla medieförtroende till fientliga medier-effekten. Teorin har huvudsakligen kopplats till innehåll men givet att media priming är studiens centrala teori så finns det nyanser av fientliga medier-effekten som kan vara av vikt att förstå för en bredare förståelse.*

### 4.1 Fientliga medier-effekten

Något som påverkar hur vi ser på medier är en psykologisk mekanism som kallas fientliga medier-effekten (*hostile media effect*). Den visar på att när människor är djupt intresserade och engagerade av ett ämne så kommer vi betrakta medier som behandlar detta ämne som fientliga gentemot vår egen uppfattning. Detta är dessutom närmast oberoende på hur medierna skildrar frågan (Vallone et. al 1985). Den studie som först uppmärksammade fenomenet och som myntade begreppet publicerades 1985 av forskarna Vallone, Ross och Lepper. Studien var av experimentell form, där olika grupper fick ta del av nyhetsinslag som handlade om massakern i Libanon under år 1982. Studien gjordes utefter tre studentgrupper vid Stanford-universitet, där två grupper tillhörde olika studentföreningar där den ena stöttade Palestina och den andra Israel gällande konflikten. Den tredje ansågs vara neutral i frågan. Efter att fått ta del av samma nyhetsinslag, så menade den pro-palestinska gruppen att Israels roll i massakern inte tagits upp i önskad utsträckning. Den gruppen som å andra sidan stöttat Israel menade, i motsats, att Israel istället fått alltför stor skuld. De båda grupperna ansåg, med inslaget som grund, dessutom att människor som inte hade en bestämd åsikt gällande frågan skulle bli mer kritiska till den egna sidan (Vallone et. al 1985).

Fientliga medier-effekten har sedan dess undersökts i en mängd olika studier via en mängd olika undersökningsmetoder. Effekten har varierat men det råder idag inom forskningen en stark samsyn gällande människors tendens att tolka nyhetsmediers innehåll som missgynnande beträffande den egna sida och därav gynnande av den motsatta.

I *Misstro mot medier* tar Lars Truedson (et. al 2017) upp exempel kring engagemanget vad gäller invandringsfrågan i nyhetsmedier.

Allmänhetens förtroende är enligt SOM-undersökningar högst för journalistiken kring sjukvård, i mitten ligger frågor gällande näringsliv. Minst förtroende tycks förefalla gällande rapporteringen kring kriminalitet och invandring (Andersson et al. 2017). Undersökningen visar dessutom att det är människor som sympatiserar med Sverigedemokraterna som hyser lägst förtroende gällande alla områden av rapportering, med undantag för rapporteringen kring näringslivet där människor som utger sig sympatisera med Vänsterpartiet hyser lägst förtroende. Truedson menar att när det gäller rapporteringen av brottslighet och invandringsfrågor är Sverigedemokraterna enligt undersökningen de enda där fler faktiskt hyser större misstro än har förtroende för rapporteringen (Truedson et al. 2017). Detta kan eventuellt vara ett resultat av fientliga medier-effekten.

Truedson (et. al 2017) menar i att och med att lågt förtroende mot svenska nyhetsmedier tenderar att vara en viktig del av budskapen från olika, ofta högerextrema, främlingsfientliga och invandringskritiska ”alternativa medier”, så är resultatet av ett lågt förtroende inom denna grupp måhända föga förvånande. Målgruppen för dessa alternativa medier är inte sällan i hög grad människor som sympatiserar med sverigedemokrater och att genom dessa alternativa medier ständigt stöta på en kritik av traditionella medier, så påverkar troligtvis läsarens bild av dessa (Truedson et al. 2017). Medieforskarna Jesper Strömbäck och Michael Karlsson menar i ett senare kapitel i *misstro mot medier*, dessutom att som människa exponeras av en ständig negativ kritik kring exempelvis traditionella medier genom ensidiga, homogena åsiktsmiljöer tenderar att utveckla människors förstärkning kring deras åsikter och uppfattningar (Strömbäck et al. 2017).

Våra bilder av verkligheten sätter standarden för våra uppfattningar och åsikter, samtidigt som avståndet mellan ens bild av verkligheten och verkligheten i sig kan vara mer eller mindre. Strömbäck & Johansson (2017) menar att en konsekvens av detta är att man aldrig kan sätta likhetstecken mellan människors uppfattningar kring hur något förhåller sig i verkligheten med verkligheten som sådan – där dom tar upp ett exempel i form av att jorden förblir rund oavsett om en majoritet av befolkningen uppfattar den som platt (Strömbäck et al. 2017). Detta har enligt författarna vidare betydelse gällande traditionella nyhetsmedier och vilket förtroende folk hyser för dem.

Det finns en tradition av vänsterkritik gentemot nyhetsmedier där de uppfattas driva rapporteringen kring politiken i en marknadsmässig och borgerlig riktning. Likartat finns en tradition av borgerlig kritik där man hävdar att nyhetsjournalistiken är vänstervriden. Vad gäller högerextrema debattörer och vissa alternativa medier hörs inte sällan anklagelser gällande att traditionella nyhetsmedier döljer aspekter i sin rapportering kring b.la invandring (Truedson et al. 2017).

Som nämnt i kapitlets inledning så utgör fientliga medier-effekten ett teoretiskt komplement till den teori som kommer att vara bärande för analysen: Media priming. Anledning till att valet föll på just fientliga medier-effekten är att gruppdeltagarna kan tänkas ha ett stort engagemang kring de ämnen de angivna artiklarna berör. Om så är fallet kan fientliga medier-effekten ha en inverkan på resultatet. Dess inverkan är vi i nuläget inte säkra på, varför vi för tillfället inte med klarhet kan avgöra hur viktig teorin ifråga kommer att bli.

#### **4.2. Media Priming**

Inom medie- och kommunikationsvetenskapen finns en lång tradition att studera påverkan och effekter hos människor. En relevant teoribildning vad gäller ambitionerna med denna studie är vad som kallas *priming*.

Priming ses som en förlängning av agenda-setting, där agenda-setting innebär att det sker en korrelation av empati mellan vad publiken anser om massmediers val av rapportering och vad massmedier väljer att rapportera om (Scheufele et al. 2006). Förlängningen och hypotesen kring priming har utvecklats av medieforskarna Iyengar & Kinder (1987) och kan förklaras som att publiken också använder sin kunskap kring vad medier rapporterar om som ett referensmått vad gäller sin bedömning av olika fenomen och händelser (Westlund 2006).

Media priming sker exempelvis när en människa bedömer en artikel från SVT som trovärdig med grund av att de hyser ett allmänt högt förtroende för SVT:s rapportering och att bedömningen av trovärdigheten i innehållet därav görs på grund av dess avsändare. SVT:s olika distributionskanaler tilldelas i sammanhanget samma grad av trovärdighet eftersom personen i fråga först och främst hyser stort förtroende till SVT som varumärke.

Det finns tre nivåer till media priming som benämns som "first, second och third order media priming".

1. First order media priming sker när ett medium har så hög trovärdighet i sig själv att det står som facit till andra medias rapportering. När media priming sker på denna nivå har mottagaren så pass stort förtroende för mediet att de inte behöver få informationen bekräftad ifrån något annat håll. Traditionellt har till exempel Sveriges Television, Sveriges Radio och den lokala morgontidningen högst mått av förtroende
2. Second order media priming sker när innehållet i ett medium måste bekräftas för att uppfattas som trovärdigt. Det sker genom en jämförelse med innehållet i medier från first order. Traditionellt har exempelvis kvällspressen låg trovärdighet, om innehållet bekräftas eller dementeras med uppgifter från andra nyhetsmedier sker alltså media priming av den andra nivån.
3. Third order media priming är ett fenomen där förtroendet för innehållet avgörs genom en intramedial bedömning av mediet som sådant. Trovärdigheten i en rapportering avgörs exempelvis genom en bedömning av trovärdigheten för varumärket, om informationen ligger inom ramen för det specifika mediet och förtroendet för den enskilde textproducenten (Westlund 2006).

Om en människa erhåller högst förtroende för exempelvis SVT, där Dagens Nyheter och SVT rapporterar likartat gällande samma fenomen, så sker media priming genom att personen i fråga på så sätt får en bekräftelse på att Dagens Nyheter rapportering även är trovärdig. Media priming sker inte bara när människors jämförelser av nyheter bekräftas utan även när de dementeras. Människor jämför således olika nyhetsmedier med varandra för att bekräfta eller dementera dess trovärdighet och innehåll. Priming används likt ett verktyg i brist på en objektiv verklighet för att sedermera göra en bedömning av förtroende. Medieförtroende är enligt Westlund (2006) inte bara en sorts objektiv verklighet utan även till andra medier, personers egna erfarenheter och förväntningar. Teorin kan således vara en relevant bärande teori gällande studiens ambitioner att studera aspekter av medieförtroende.

## 5. Metod

*Detta kapitel präglas av två olika tempus. Inledningsvis redogör vi, med hjälp av litteraturen för hur våra avsikter kring metoden såg ut inför de då stundande intervjuerna. När intervjuerna var genomförda fördes resonemang kring intervjuerna samt hur empirin bäst skulle behandlas och analyseras.*

I vår studie om medieförtroende med fokus på avsändare tänker vi oss att en kvalitativ metod är önskvärd. Detta med anledning av frågans komplexitet. Som tidigare angivits finns det mängder med parametrar att betänka för den som har för avsikt att få klarhet kring och bidra med kunskaper om någon aspekt i medieförtroendefältet. För att maximera våra chanser att få tillgång till nyanser och perspektiv menar vi alltså att ett vägval där, vår empiri ger oss förutsättningar till förståelse snarare än mätbar data är nödvändigt.

Inom ramen för den kvalitativa forskningsmetoden har vi kommit fram till att fokusgrupper är ett bra alternativ för vår del. Det finns ett flertal anledningar till det, bland annat att fokusgrupper, i förhållande till enskilda intervjuer minskar risken för att vi som intervjuare styr intervjun i en riktning som gynnar det resultat vi hoppas nå med studien (Esaïasson, et al. 2017). Det finns en potentiell risk för att balansen i en intervju där den ena personen, innehavandes av forskarrollen har ett övertag gentemot sin respondent. Intresse för och kunskaper om ämnet i fråga är tänkbara förklaringar till detta.

Vidare kan innebörden av begreppet *High-involvement topics* fungera som ett argument för metodvalet. Medieförtroende är en komplex och politiserad fråga. En del är trygga med att prata öppet om sina politiska ideologiska uppfattningar, andra vill hålla det hemligt. Med hjälp av fokusgruppsmetodiken ges möjligheten att prata om förtroendet i relation till den egna politiska uppfattningen, men gruppdeltagarna kan också, på ett fullkomligt odramatiskt sätt undvika att bli personliga i förhållande till ämnet. Balansgången mellan att skapa förutsättningar för personliga tankar och reflektioner, utan att ställa frågan rakt ut med risk för att göra respondenten obekvämt är rimligen svårare att nå när andra metoder, så som enskilda intervjuer tillämpas (Wibeck 2010). Dessutom finns det anledning att tro att fokusgruppen,

som i sin natur går ut på ett samtal mellan gruppens deltagare där de snarare ställer frågor till varandra än besvarar ”forskarens” frågor, bäddar för mer öppenhet.

Att respondenterna dessutom är fler till antalet än “forskarna” talar för att de kan känna sig bekväma, vilket kan öka deras benägenhet att öppna upp sig (Wibeck 2010). Fokusgrupper som metod rymmer naturligtvis också ett antal farhågor och risker. Men innan de diskuteras bör begreppet Fokusgrupper som sådant redas ut.

### **5.1 Vad utmärker en fokusgrupp?**

I grund och botten är fokusgrupp som metod att betrakta som en typ av gruppintervju. Det innebär däremot inte att en gruppintervju per definition är en fokusgruppsession. Morgan (1996) har brutit ner det i följande beskrivning:

*“Fokusgrupper är en forskningsteknik där data samlas in genom gruppinteraktion runt ett ämne som bestämts av forskaren.”* (Morgan 1996:130).

I den definitionen finns framförallt tre centrala budskap. Nummer ett är att fokusgrupper, till skillnad från andra typer utav gruppintervjuer är en *forskningsmetod*. Denna syftar till datainsamling för att gagna pågående forskning. För det andra så är det gruppmedlemmarnas inbördes *interaktion* som ligger till grund för datainsamlingen. Slutligen är det moderatorn (*forskare/student*) som valt ut ämnet och utrymmet för diskussionen att te sig alltför spontan är begränsat (Wibeck 2010).

### **5.2 Två typer av fokusgrupper**

Ett annat vägskäl, denna gång inom ramen för fokusgruppsmetodiken är att man måste bestämma sig för om man avser tillämpa strukturerade eller ostrukturerade fokusgruppsintervjuer. Ju mer interaktionen mellan gruppmedlemmarna styrs av samtalsledaren, desto mer strukturerad anses intervjun vara (Wibeck 2010).

Då det är gruppmedlemmarnas tankar som står i centrum för vår studie anser vi en ostrukturerad typ av fokusgruppsintervju vara önskvärd i vårt fall.

En ostrukturerad typ av intervju kännetecknas i det här fallet av att ett fåtal frågor är bärande för samtalet och att gruppens deltagare interagerar och diskuterar inom ramen för dessa. Moderatorns roll, i den ostrukturerade varianten går ut på att skapa förutsättningar för ett givande samtal. I händelse av att deltagarna lämnar det tilltänkta ämnet fullkomligt kan moderatoren lite försiktigt styra samtalet tillbaka till huvudämnet. I ostrukturerade fokusgrupper ska moderatoren styra samtalet så lite som möjligt (Wibeck 2010).

### **5.3 Brister samt utmaningar med fokusgrupper**

Vårt metodval kommer, utan tvekan att innebära brister i förhållande till andra metoder. Dessa brister har vi betänkt noggsamt. Vår slutsats är att bristerna till trots, så väger fördelarna med metoden, givet vårt ämne över. I vilket fall som helst måste vi förstå och acceptera att våra möjligheter att nå ett brett generaliserbart resultat kommer att bli mycket små. Detta innebär naturligtvis att uppsatsen saknar generaliserande ambitioner. Med det inte sagt att vi inte avser leverera ett kunskapsbidrag som eventuellt skulle kunna appliceras på fler kontexter än just precis den som är föremål för vår studie (Esaiasson et al. 2017).

Målet när fokusgrupper tillämpas som metod är att interaktionen mellan gruppens deltagare skall generera användbar och rikhaltig data. Huruvida så sker beror på en stor mängd faktorer. En del är svårare att förutse och planera inför. Andra faktorer finns det goda kunskaper om. Nedan återfinns en sammanfattning av några av faktorerna i fråga, samt hur vi avser förhålla oss till dem i vårt arbete.

De viktigaste faktorerna att på förhand förhålla sig till kan placeras under tre huvudkategorier, Intrapersonella faktorer, interpersonella faktorer samt miljöfaktorer (Stewart et al. 2007).

#### **5.3.1 Intrapersonella faktorer**

Under denna rubrik ryms först och främst individernas personlighetsdrag, där olika personligheter innebär olika effekter för en grupp och interaktionen mellan dess medlemmar. En lämplig sammansättning är därmed önskvärd. I vårt fall, där ett antal gymnasie studerande ungdomar ska utgöra fokusgrupperna kommer vår möjlighet att välja ut medlemmar, med personlighetsdrag som utgångspunkt att vara begränsad.



Det är alltså något vi måste ha i åtanke när resultatet ska analyseras. Vidare är begreppet demografiska variabler centralt när det handlar om intrapersonella faktorer. Begreppet innefattas av exempelvis ålder, kön, inkomst, yrke, utbildning, religion och etnisk härkomst. Störst förutsättningar för interaktion uppges de finnas i händelse av att gruppmedlemmarna befinner sig nära varandra i dessa avseenden. Att välja just gymnasieelever tror vi med demografiska variabler i åtanke är en god idé. Detta då skillnaderna rimligen är, i det närmast obefintlig i ett par av aspekterna, exempelvis ålder, inkomst, yrke och utbildning. I sin helhet förutsätter vi att skillnaderna inom alla de ovan angivna aspekterna som rör demografiska variabler är mindre bland en grupp gymnasieungdomar än på exempelvis en arbetsplats eller andra platser i samhället (Wibeck 2010).

### **5.3.2 Interpersonella faktorer**

Denna aspekt rör deltagarnas egna förväntningar på interaktionen dem emellan.

Förväntningarna har i regel sin grund i föreställningar om de intrapersonella faktorerna, men även tidigare erfarenheter. Som moderator bör man förstå att gruppmedlemmarna tar med sina förväntningar in i gruppen. Vilka faktorer som påverkar den interpersonella interaktionen bör moderatören också sträva efter att förstå. Exempel på sådana faktorer kan önskan om att känna samhörighet med gruppen vara. Gruppmedlemmars längtan efter att förbli just medlemmar av gruppen är ett fenomen som kallas gruppkohesion. Viktigt för en lyckad fokusgrupp är att samtliga av gruppens medlemmar lyckas identifiera sitt uppdrag – att bidra med information – samt att så genomförs. Att skapa förutsättningar för detta, är vår uppgift, i egenskap av moderatörer. Däremot gäller det att vara observant. En alltför hög grad av kohesion och samhörighetskänsla riskerar att innebära att det som kallas för ”group-think” inträder. Detta kännetecknas av att endast ett givet tankesätt accepteras, vilket kan äventyra resultatet (Wibeck 2010).

### **5.3.3 Miljöfaktorer**

Fokusgruppsessionens utfall tenderar dessutom att avgöras av den fysiska omgivningen.

Bland annat finns det forskning som gör gällande att interaktion kring en uppgift tenderar att bli mer livlig i små rum än i stora. Dessutom kan exempelvis väggdekorationer distrahera gruppmedlemmarna. I vårt fall bör det, i samband med att resultaten av gruppssessionerna analyseras tas i beaktning.

Då vi för att underlätta kommer att genomföra gruppsammankomsterna vid de tilltänkta deltagarnas skola har vi föga möjlighet att påverka miljön där samtalen äger rum. Fördelarna med att vi kommer till deltagarnas hemmiljö är däremot att de i större utsträckning - än om vi bjöd in till en för dem okänd plats, är att deltagarnas trygghet ökar. Trygghet är en förutsättning för lyckad interaktion och således en framgångsrik fokusgrupp (Wibeck 2010).

#### **5.4 I praktiken**

Förhoppningsvis står det nu tämligen klart varför vi valt vår metod, vilka fördelar valet innebär, men också vilka problem och risker vi väntar oss till följd av valet. I denna del av metodavsnittet tänker vi redogöra för hur vi rent praktiskt har för avsikt att gå till väga när data skall samlas in.

De fokusgrupper som står begrepp att sättas samman kommer att utgöras av gymnasiestudenter studerandes en samhällsvetenskaplig inriktning. Valet av ungdomar som ägnar sig åt gymnasiestudier bygger å ena sidan på tillgänglighet. Med tanke på den tidsaspekt vi har att förhålla oss till behöver empirin samlas in snabbt och smidigt. Utifrån det fann vi en gymnasieklass vara ett önskvärt alternativ. Andra aspekter vi baserat valet av gruppmedlemmar på är att de som studerar samhällsvetenskap på gymnasiet troligtvis har en viss förförståelse och eventuellt ett intresse för ämnet vi vill studera. Samtidigt är vår målsättning att bidra med kunskap och utifrån den ambitionen är en grupp individer som studerar samhällsvetenskap på gymnasiet en god idé. I enlighet med vad som står under rubriken vid namn ”miljöfaktorer” kommer sessionerna alltså äga rum på gruppdeltagarnas skolor.

Beträffande antalet grupper, och personer i varje grupp tänker vi oss i enlighet med boken: *Metodpraktikan* (2012) att för stora grupper skulle kunna innebära att relevanta tankar och reflektioner riskerar att gå förlorade, samtidigt som för små grupper innebär en risk för att samtalet inte tar fart. Någonstans kring 4-6 personer per grupp känns därmed lämpligt (Esaiasson et al. 2012). Vad gäller antalet grupper anser vi grund och botten att det inte är något som bör bestämmas på förhand. Det bästa för studien vore om nya fokusgruppsessioner genomfördes tills de slutade generera ny, väsentlig information.

Vid ett sådant tillvägagångssätt skulle man kunna argumentera för att teoretisk mättnad uppnåtts, vilket vi alltså hävdar är önskvärt. Även i detta fall tvingas vi hänvisa till tidsaspekten, både vår egen och den tid vi kommer att ta i anspråk från de gymnasister som skall delta i grupperna. För att ge oss själva möjligheten att tillskansa oss ett rimligt analyserbart innehåll bör minst tre olika sessioner genomföras.

Väl på plats kommer deltagarna att delges tre tidningsartiklar som alla tre rör samma ämne. Med tanke på att det är avsändarförtroende vi i första hand ämnar undersöka planerar vi att byta avsändare. Den aktör som i själva verket ligger bakom nyheten kommer att ”suddas ut” och ersättas av en annan. Vi kommer alltså påstå att nyheterna publicerats av andra aktörer än vad som i själva verket är fallet. Syftet med detta är att se hur interaktion i mellan deltagarna utvecklar sig i termer om förtroende för de nyheter de delgivits, när de saknar kunskaper om en nyhets faktiska avsändare.

## **5.5 Genomförande**

*När gruppssessionerna nu ägt rum är målet att analysera resultatet. Under denna rubrik är ambitionen att med väsentlig litteratur som utgångspunkt föra ett resonemang kring utgången av genomförandet.*

I grund och botten är vi nöjda med utfallet av sessionerna. Vår uppfattning är att vi lyckades få gruppmedlemmarna att känna sig avslappnade och trygga och att givande diskussioner följaktligen ägde rum. Däremot fanns det självklart ett antal aspekter som kunde ha genomfört annorlunda, vilket skulle ha varit gynnsamt. Exempelvis skulle vi med fördel ha reflekterat betydligt mer kring stimulusmaterialet innan genomförandet. Stimulusmaterialet utgjordes i vårt fall av de artiklar som vi lät gruppmedlemmarna läsa innan samtalen startade. Ett stimulusmaterial används i akt och mening att undvika att gruppdeltagarnas eventuella obekantskap med ämnet ska hämma diskussionen (Wibeck 2010). Att vi valde att inkludera ett stimulusmaterial känns fullt rimligt. Vad vi däremot missade att ta i beaktning var tidpunkten för när gruppdeltagarna exponerades för materialet.

Enligt boken *Fokusgrupper* (Wibeck 2010) finns det en poäng i om deltagarna får tillgång till stimulusmaterialet en tid innan gruppssessionen äger rum. Detta bland annat för att människor

läser olika snabbt, men också därför att det skulle innebära att det får chansen att tänka igenom materialet innan de förväntas ha en åsikt kring vad de läst.

Att vi valde att inleda fokusgruppsessionerna med att låta gruppdeltagarna läsa tre, för dem helt nya artiklar innebar eventuellt effekten att en del tankar som hade uppkommit om deltagarna fått längre tid på sig – gick förlorade.

## 5.6 Stimulusmaterial

De stimulusmaterial vi valde att använda oss av utgjordes alltså av tre nyhetsartiklar, dessa hade vi alltså bytt avsändare på. I grund och botten var artiklarna publicerade av en aktör som befolkningen ansåg sig ha lågt förtroende för (Aftonbladet), en med medelhögt förtroende (DN), samt en från den avsändare med högst förtroende (SVT) (Andersson et al. 2017).

Artiklarna separerades alltså från sina avsändare och blev sedan ihopparade med nya. DN-artikeln pryddes med Aftonbladets logga, SVT-artikeln hävdade vi var skriven av DN samtidigt som den artikel som ursprungligen kom från Aftonbladet påstods komma från SVT. Syftet med detta var att se hur diskussionerna kunde skilja sig åt i fråga om en avsändare och dess innehåll.

De artiklar som valdes ut handlade uteslutande om frågor kring invandring och kriminalitet, detta med anledning av att förtroendet för traditionella nyhetsmedier uppges minska för rapporteringen kring dessa frågor (Andersson et al. 2017).

## 5.7 Intervjuguide

Eftersom att vi valde gå på den ostrukturerade varianten där moderatorns roll inte tar överhand utan snarare fungerar som en diskussionsledare så är frågorna formulerade därefter (Wibeck 2010). Att deltagarna skulle exponeras för artiklar där avsändarna bytts ut nämndes inte initialt, inte heller att det var just avsändarperspektivet i artiklarna som vi ämnade att utforska. Frågorna som ställdes, i det som vi valt att kalla *moment 1*, var därav i hög grad allmänna om artiklarna, utan att gå in på specifika delar i innehållet eller just avsändare. Detta för att skapa ett större utrymme i diskussionen deltagarna emellan där de själva alltså väljer vad i texten, eller paratexten, som gör att de känner förtroende eller inte för en artikel.

Frågor som *Hur upplever ni trovärdigheten i artiklarna* och *Hur går era tankar när ni läst artiklarna* är exempel som förekom.

I *moment 2* så skiftades avsändarna ännu en gång i förhållande till innehållet vilket gjorde att deltagarna började misstänka vad som låg i görningen. Frågorna som ställdes initialt var dock liknande som i *moment 1* men ändrade sedan karaktär och fokus till frågor som hörde ihop med avsändare. Då ställdes frågor som *Hur går era tankar kring innehållet nu när ni ser att avsändaren bytts ut* och *Spelar avsändare stor roll gällande förtroendet för nyheter?*

### **5.8 Reliabilitet och validitet**

Två begrepp som i sammanhanget bör tas i beaktning är validitet och reliabelt. Hög validitet säkerställer att studien mäter det den har för avsikt att mäta medan reliabilitet kontrollerar huruvida mätningen utförs på ett korrekt sätt (Ekström & Larsson 2000).

Då frågor och problem kring ämnet inledningsvis formuleras på en teoretisk nivå samtidigt som genomförandet av studien sker på en operationell nivå är risken för att studien på ett operationellt plan misslyckas med att undersöka det som formulerats i teoretiska termer (Esaiasson et al. 2012).

Boken *Metodpraktikan* klargör att det finns två huvudsakliga sätt att se på validitet. Å ena sidan begreppsvaliditet och å andra sidan resultatvaliditet. Dessa begrepp förtydligas med fördel genom att man ser dem i relation till olika delar av forskningsprocessen.

Begreppsvaliditeten bör betänkas redan när teoretiska frågor och funderingar är på plats och ska översättas i operationella frågor. Resultatvaliditeten, däremot, som ju handlar om huruvida vi faktiskt mätte vad vi planerade att mäta – kan sammanfattas först när det empiriska materialet samlats in (Esaiasson et al. 2012).

I fallet med denna studie återfanns en stor utmaning redan när det kom till begreppsvaliditeten. Då de operationella frågorna, i enlighet med hur en ostrukturerad fokusgruppsmetodik i regel behandlas, var mycket få samt att moderatorns roll är att vara passiv, fanns naturligtvis risken för att studien skulle mäta något annat än vad som formulerats i teoretiska termer.

För att öka studiens begreppsvaliditet tänkte vi oss att det var viktigt att vara varsamma redan på den teoretiska nivån. Studiens syfte och frågeställningar formulerades om ett stort antal gånger. Detta för att säkerställa att det vi gör anspråk på att undersöka, går att undersöka empiriskt och operationellt. *Metodpraktikan* ger uttryck för liknande tankar då boken deklarerar att det är en stor fördel för validiteten om avståndet mellan den teoretiska definitionen och den operationella indikatorn är så liten som möjligt (Esaiasson et al. 2012).

Vidare måste studiens reliabilitet vara väl genomtänkt. Uppsatsförfattaren har en viktig uppgift i att se till att mätningen undviker att präglas av osystematiska eller slumpmässiga fel. Bristande reliabilitet är ofta ett resultat av slumpmässiga fel. För att undvika att den sortens fel skulle prägla vår studie såg vi till att läsa på och reflektera kring vanliga misstag som uppstår när fokusgruppsmetodiken används. Boken *Fokusgrupper* (Wibeck 2010) var där till stor hjälp. Resonemanget kring de faktiska riskerna går att läsa i detalj, under rubriken ”Brister samt utmaningar med metoden”. Några exempel på fallgropar som vi för att säkerställa god reliabilitet bör ha respekt för är: för stora intrapersonella skillnader gruppdeltagarna emellan eller ofördelaktiga miljöfaktorer.

## 6. Resultat och analys

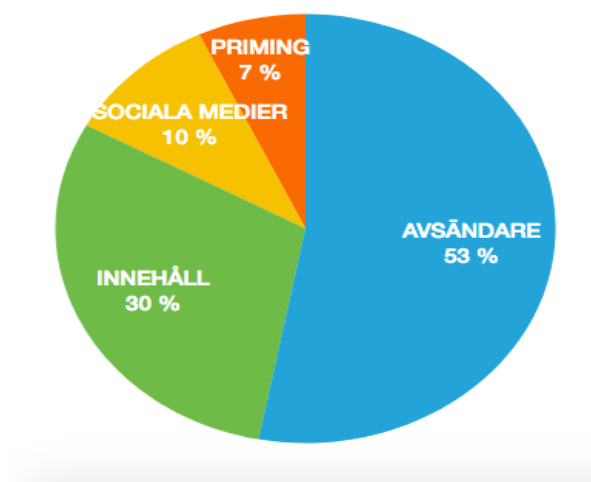
*I följande kapitel har vi för avsikt att försöka förstå och förklara ungas förtroende för traditionella medier med avseende på avsändare. Ambitionen är att empirin ska analyseras i relation till de teorier som återfinns i det teoretiska ramverket, tidigare forskning samt uppsatsens frågeställningar. Ett rimligt sätt att hantera det empiriska materialet bedöms en form av kodande vara. Kodandets genomförande består i att vi utefter ett antal kategorier strävar efter att utläsa trender och mönster i det material vi har att analysera (Wesslén, 1996).*

### 6.1 Resultatet - en första överblick

Genom att vi först och främst transkriberade vårt intervjumaterial gavs en överblick av vad fokusgrupperna egentligen genererat. När detta gjorts kategoriserades samtliga citat. Först och främst ställde vi citaten i relation till medieförtroende i stort. De citat som på något sätt, överhuvudtaget gick att koppla till förtroende för traditionella medier blev föremål för ytterligare kodning. Inom ramen för medieförtroende finns ett antal centrala aspekter, där avsändare är en av dem. I detta skede kategoriserades vi samtliga citat som rörde förtroende under någon av punkterna: Avsändare, innehåll/källa, media priming samt kompisar/sociala medier, gällande båda av momenten. De citat som kopplades till "avsändare" var citat som tydligt präglades av att deltagarna uttryckligen ansåg ett innehålls avsändare vara av vikt för trovärdigheten och förtroendet. Med innehåll/källa menas kort och gott att dessa aspekter, i en del av citaten uppgavs vara avgörande för vilket förtroende deltagarna upplever i relation till traditionella medier. Under "kompiskategorien" placerades de citat som gjorde gällande att kompisars förtroende för något som publicerats i ett traditionellt mediesammanhang är av stor vikt för de egna förtroende. Slutligen kännetecknas "Media priming" i detta sammanhang av förtroende upplevs i de fall fler än en medieavsändare publiceras samma nyhet. De citat som gav uttryck för den uppfattningen återfinns alltså i kategori nummer fyra.

1. Avsändare
2. Innehåll/källa
3. Kompisar
4. Media priming

Genom att kategorisera materialet enligt ovan delges vi, i enlighet med uppsatsens primär syfte - en uppfattning kring huruvida avsändaren är av betydelse när unga vuxnas förtroende för traditionella medier ska förstås. Dessutom kan förståelse för vilka andra aspekter som är centrala för medieförtroendet hos den grupp som är föremål för vår studie, skapas. Nedan följer resultatet av kategoriseringen i procent.



I enlighet med vad som visas i illustrationen ovan kan vi härmed alltså konstatera att en majoritet av citaten, 53 % närmare bestämt, kan hänföras till det perspektiv av medieförtroende som rör avsändare.

Att avsändare spelar någon roll kan vi med hänvisning till statistiken ovan slå fast. Det faktum att en majoritet av resonemangen kring medieförtroende på ett eller annat sätt landade kring avsändaren innebär avsändare bevisligen spelar en tämligen central roll.

Statistiken utgör en rimligt god fingervisning. Då 30 % av citaten kunde kopplas till de perspektiv som handlar om innehåll bör denna aspekt tas på stort allvar av den som vill förstå unga vuxnas förtroende för traditionella medier. Vidare kunde 10 % av citaten kategoriseras under "kompisar/sociala medier" samtidigt som 7 % av citaten gav uttryck för att "Media priming" är ett perspektiv att i sammanhanget beakta.



En brist när resultatet anges enligt detta upplägg är att vi uppsatsförfattare, själva har ansvarat för kategoriseringen. Med tanke på att vi på förhand hade ett uttalat intresse för just avsändarperspektivet bör risken för att en typ av konfirmationsbias präglar resultatet tas på största möjliga allvar. För att ge uppsatsens läsare chansen att själva bedöma huruvida vi gjort rimliga bedömningar när citaten kategoriserats redovisas ett antal av dom nedan.

### **Exempel på citat som styrker kategoriseringen**

#### **Citat - avsändare:**

*“Jag har oftast mycket mer förtroende för SVT. Aftonbladet och DN vill ju tjäna pengar. Då kanske de skriver saker bara för att man ska klicka på deras länkar.”*

*“Aftonbladet är väl störst i Sverige utav dessa? Så undermedvetet kanske jag tänker att Aftonbladet går att lita på.”*

*“Om typ SVT hade skrivit om skottlossningen i Stockholm först så hade jag trott på. De är en bättre källa, mer trovärdig.”*

#### **Citat - innehåll:**

*“Det jag saknade lite var lite mer statistik från typ SCB. De skriver ut hur det ligger till, men inte statistiken bakom, de hade typ kunna skriva: enligt SCB.”*

*“Om jag ska vara ärlig så tycker jag att alla de här texterna är ganska dåliga. Jag skulle nog inte tro helt och hållet på någon av dem. Självlärt att det finns mer utsatta områden, det tar ju alla upp. Men det är väldigt lite belägg på vad som faktiskt händer i de här områdena.”*

### **Citat - sociala medier:**

*“Man läser ju inte nyheter nuförtiden liksom, man får reda på saker genom kompisar på sociala medier typ. Det är så man gör.”*

*“Jag litar mest på AB för jag ser den mest av alla på mina sociala medier.”*

### **Citat - priming:**

*“När jag läser nyheter kommer de via en app i min mobil. Grejen är att den tar upp nyheter från alla kanaler. Så att man får en bild av läget. Då vet man mer exakt vad som sker. Jag tror inte på en ensam.”*

*“Det var som när Avicii dog. Då gick man in på Aftonbladet och läste det, men typ ingen trodde på det, först. Jag kände att ”det här stämmer inte”. Men sen när SVT också tog upp det började jag tro att det var sant.”*

## **6.2 Utfallet av fokusgrupperna:**

De medverkande ungdomarna delades in i grupper av sina lärare. Urvalet baserades på primärt på den egna viljan att delta. När de frivilliga delats in i grupperna fylldes resterande platser av några slumpmässigt utvalda gymnasiestudenter. Att själv vilja delta är en god utgångspunkt för att delta i samtalet (Wibeck 2010). Då vi inom ramen för avgränsningen till gymnasieungdomar 16-19 år inte hade ytterligare kriterier för de deltagande gjordes urvalet främst av studenterna själva och deras lärare. När grupperna var på plats tilldelades vi ett tomt rum som de deltagande var väl bekanta med. Precis som vi redogör för i metodkapitlet är det alltså en fördel om deltagare i en fokusgrupp känner sig trygga med platsen där sessionen äger rum, vilket alltså var fallet här (Wibeck 2010). Varje fokusgrupps-session pågick under ca. 75 minuter och innefattade 5 stycken deltagare från två olika gymnasieklasser.

Som tidigare nämnt genomfördes samtliga fokusgrupper i två moment. Under ungefär halva sessionerna diskuterades de första tre artiklarna i termer och tillit och förtroende. I andra momentet exponerades deltagarna för samma artiklar men med av oss utbytta avsändare.

Under denna rubrik har vi för avsikt att med hjälp av citaten belysa hur diskussionerna i fokusgrupperna utvecklades under sessionernas gång. Eventuella skillnader i de två momenten är här av intresse.

### 6.2.1 Moment 1

I det första momentet, när faktumet att vi bytt avsändare ännu inte var känt av fokusgrupperna, så besvarades frågan *“Hur går tankarna när ni läst texterna?”* bland annat såhär:

*“Asså, hur mycket kan vi lita på dom? Asså alla är ju ganska kända tidningar så det ger dom mycket trovärdighet. Man går ju gärna in på SVT eller Aftonbladet för att kolla nyheter. Det är ju känt så därför litar man ju på det.”*

*“Samma allting tycker jag!”*

Följt av svaren på den första frågan diskuterades trovärdigheten i artiklarna.

Deltagarnas syn på artiklarnas trovärdighet tycks till stor del redan här kunna härledas till avsändare:

*”Enligt mig känns Aftonbladet och DN mindre trovärdiga, det känns som att de mer har utgått från ideologi med tanke på att de använder ord som typ invandrare. Plus att de har konstiga citat.”*

*“Aftonbladet är väl störst i Sverige utav dessa? Så undermedvetet kanske jag tänker att Aftonbladet går att lita på.”*

*“[...] Jag skulle säga att Aftonbladet känns minst pålitlig av den anledningen. På grund av informationen som står i artikeln och hur den skiljer sig från de andra två. SVT känns mer känt, man hör ju mer om SVT och därför känns det mer pålitligt.”*

Innan *moment 2* så bad vi deltagarna rangordna artiklarna utifrån vilken dom kände högst respektive lägst förtroende för, vilket åter tycks kunna härledas till avsändaren men med lite resonemang kring innehåll i vissa fall.

*“Jag läser inte tidningar men Aftonbladet har jag ändå störst förtroende för. Dom syns liksom mest. Aftonbladet är dom första jag tänker på. [...] SVT och DN tänker jag inte på. ”*

*“Jag har oftast mycket mer förtroende för SVT. Aftonbladet och DN vill ju tjäna pengar. Då kanske de skriver saker bara för att man ska klicka på deras länkar.”*

*“Det är svårt att säga, jag läser inte tidningar men Aftonbladet har jag ändå störst förtroende för.”*

*“Jag tror faktiskt jag litar mest på SVT-nyheter. Aftonbladet vet man ju har haft massa idiotuttalanden sen innan, som det med skjutningen i Stockholm, samtidigt som den där lastbilen.”*

*“Jag litar minst på Aftonbladet, för dom vet jag att dom inte är helt politiskt obundna. Men SVT och DN är kanske också det, det vet jag inte.”*

*“Jag tror minst på Aftonbladet eftersom att de skriver saker om olika områden. Har de ens varit där? Jag personligen bor i ett av områdena det står om i Aftonbladet här. Lövgärdet. Varje gång de nämner Lövgärdet i Aftonbladet står de skit, att det är massa problem.”*

### **6.2.2 Moment 2**

När det sedan var dags för *moment 2* bad vi deltagarna att läsa nya artiklar. Vad de snabbt upptäckte var alltså att innehållet var identiskt med artiklarna från det första momentet.

Avsändarna var däremot utbyta. Momentet inleddes med frågan *“Nu när artiklarna kastats om. Hur tänker ni kring förtroendet för artiklarna?”* ett urval av svaren följer nedan.

*“Om man läser alla tre, dom säger lite olika siffror och man lyssnar ju lite mer på den man själv vill tro på, i detta fall över hur min bild av Sverige är. Gillar jag SVT:s rapportering sedan tidigare så är chansen stor att jag letar efter innehåll som jag vill se.”*

*“Man kanske då läser artiklarna på ett annat sätt beroende på avsändare. Som när jag sa att Aftonbladet var vinklat, man läser det med en baktanke att den förmodligen är vinklad även fast den kanske inte behöver vara det.”*

*“Det spelar ingen roll. Vi tror att det som syns mest är det som är mest pålitligt!”*

Diskussionen om förtroende och trovärdighet av ett medium, bortsett från innehåll, mynnade i samtliga intervjuer ut i frågor om synlighet, inte sällan vad gäller på sociala medier. Även om en sådan fråga ursprungligen inte var med i intervjuguiden så tycks det vara av relevans eftersom att deltagarna ofta refererade till vänner och vad som “syns i flödet”.

*“DN syns ju inte så mycket i mitt flöde så jag hade behövt checka med annat också som jag litar på typ Aftonbladet också.”*

*”Jag hade nog litat mest på DN, för det är den man ser mest och typ på Facebook och sånt.”*

*”Om jag får höra från någon annan, typ kompisar, så tror jag på det.”*

Deltagarna vittnade även om att vissa nyheter krävde rapporteringar från olika avsändare för att det skulle anses förtroendeingivande.

*“Det var som när Avicii dog. Då gick man in på Aftonbladet och läste det, men typ ingen trodde på det, först. Jag kände att ”det här stämmer inte”. Men sen när SVT också tog upp det började jag tro att det var sant.”*

*“[...] men om jag får höra från någon annan typ kompisar så tror jag på det.”*

*“Man läser ju inte nyheter nuförtiden liksom, man får reda på saker genom kompisar på sociala medier typ. Det är så man gör.”*

Sammanfattningsvis kan studiens övergripande frågeställningar nu besvaras. Den första frågan syftar till att besvara hur förtroendet för avsändaren påverkar unga vuxnas värdering av nyhetsinnehåll. Att avsändaren är av vikt för unga vuxnas medieförtroende kan vi med trygghet konstatera. Det faktum att delar av deltagarna ersatte den uppfattning de gav uttryck för i *moment 1* när *moment 2* genomfördes är den tydligaste indikationen på detta. När deltagarna baserade sitt förtroende för en nyhetsartikel på instinktiva uppfattningar kring avsändaren och därmed översatte sin syn på avsändaren till ett förtroende för artikeln kan avsändarens betydelse för unga vuxnas förtroende för medier slås fast.

I fråga om vilka faktorer som kan tänkas ligga bakom ungas vuxnas förtroende för avsändaren finns naturligtvis ett stort antal svar. Det mest betydelsefulla som denna studie nått fram till i denna fråga är det faktum att de unga vuxna i stor grad innehar ett högre förtroende gällande det som de exponeras för med hög frekvens. Alltså, de avsändare som figurerar i deras sociala medie-flöden, de kompisarna pratar om samt de avsändare som deltagarna tidigare exponerats för och därmed fått en relation till är de avsändare som deltagarna i högst grad känner förtroende för. I analysdelen nedan klargörs ytterligare, med hänsyn till ovanstående resultat, hur empirin svarar mot de teorier som ligger till grund för denna studie.

### **6.3 Analys**

Precis som Elliot poängterar, visar denna studiens resultat att förtroendet inte är precis detsamma bland hela gruppen, detta då förtroende baseras på individens egna erfarenheter av mediet (Elliot 1997). Studiens resultat pekar på att olika deltagare upplever olika mycket förtroende för de olika nyhetsmedierna.

Även om SOM (Andersson et al. 2017) menar att unga vuxna, i förhållande till andra åldersgrupper, hyser ett allmänt lägre förtroende för de traditionella nyhetsmediernas rapportering, så finns det uppenbarligen stora skillnader inom den valda gruppen. Därav är det primära analysverktyget - som används genomgående *media priming* (Westlund 2006). De tre nivåerna *First*, *Second* och *Third order media priming* kommer således att knytas an till resultatet. Dessutom kan delar av resultatet förstås i relation till *fientliga medier-effekten* (Strömbäck et al. 2017).

#### **6.4 Exempel på Media Priming**

*“1. First order media priming: Exemplariskt förtroendeingivande medium som används som facit i bedömningen av övriga medier.*

*2. Second order media priming: Medium vars innehåll ibland måste bekräftas av medier i first order media priming för att känslan av förtroende ska infinna sig.*

*3. Third order media priming: Intramedial bedömning av förtroendet för det enskilda innehållet i ett medium utifrån förtroendet för mediet det presenteras inom. “*

(Westlund 2006:34).

Av vissa citat att döma verkar deltagarna inte ta del av så mycket nyheter genom traditionella aktörer. Däremot tycktes några av dem trots det värdera Aftonbladet högst, i termer om förtroende. Detta tyder på att Aftonbladet i dessa fall ger en förtroendeingivande känsla oberoende av vad som kommuniceras ut. Detta kan förstås i enlighet med First order media priming, då deltagaren hyser ett förtroende för Aftonbladet, oberoende av andra källor. Det vill säga att innehållet inte behöver bekräftas av fler källor för att bli betrott av deltagaren (Westlund 2006). Just förtroendet tycks vara baserat på att Aftonbladet “syns mest” medan SVT och DN inte alls har lyckats med sin synlighet hos just denna deltagare. Andra deltagare vittnar om exakt samma sak, fast gällande andra avsändare. I ett resonemang om det upplevde förtroendet för avsändare uppger en deltagare sig ha högst förtroende för DN. Detta då DN syns mer än de övriga avsändarna i vederbörandes sociala medier-flöden.

Likt vad Bergström (et al. 2016) menar så tycks deltagarnas resonemang peka på att de i hög utsträckning behöver vänner som delar nyheterna i deras flöden för att de själva ska ta del av nyheter.

Nyhetsartiklar delas med andra och tycks på så vis skapa en sorts social upplevelse individer emellan, vilket kan betraktas som en bakomliggande mekanism gällande deltagarnas medieförtroende i vilket förtroendet påverkas av vänner i exempelvis sociala medier-sammanhang (Bergström et al. 2016).

Det finns påtagliga skillnader mellan deltagarna när det kommer till vilka avsändare de har högst förtroende för. Vad som däremot förenar dem är de mekanismer som ligger bakom att ett förtroende uppstår. Deltagare menar alltså att förtroende beror på graden av dess exponering i deltagarens personliga sfär. Att exempelvis Aftonbladet är vad som "syns mest" kan således ge ett ökat förtroende just dem.

Vad gäller *second order media priming* så tycks delar av resultatmaterialet tyda på att förtroendemåttet hos deltagarna, i enlighet med Westlund (2006), är att information som kommer från en aktör, som de hyser mindre förtroende för, behöver bekräftas genom mer förtroendeingivande aktörer. Det tycks finnas både innehållsmässiga och erfarenhetsmässiga förklaringar hos deltagarna som ligger bakom trovärdigheten hos ett medium vilket, eftersom att vi växlade innehåll med avsändare, tycks ha mer att göra med textens avsändare än själva innehållet (Nowak et al. 1966).

En stor del av resultatet illustrerar också tydligt att avsändaren i mångt och mycket spelar en stor roll i deltagarnas innehållsvärdering. Precis som Westlund (2005) nämner så tycks alltså bedömningen färgas av tidigare erfarenheter eller kännedom om ett medium i enlighet med *third order media priming*. Innehållet tycks här alltså inte användas som argument för varför deltagarna väljer att ha förtroende för given aktör utan uppfattningen tycks bildas genom tidigare erfarenhet eller en allmän kännedom om avsändaren, ibland genom att ställa medium i relation till varandra (Elliot 1997).

### **6.5 Exempel på Fientliga medier-effekten**

Precis som befarat är fientliga medier-effekten inte den teori som är allra mest bärande för vår analys. Men då vi ovan redogjort för citat som tangerar teorin har vi valt att behålla den som en del av det teoretiska ramverket.



Under denna rubrik återfinns en redovisning av hur delar av denna studies empiri kan förstås med hjälp av fientliga medier-effekten. Bland citaten ovan återfinns ett som på ett mycket tydligt sätt knyter an till fientliga medier-effekten.

Ett resonemang om vilken av de för studien aktuella avsändarna som är mest förtroendeingivande präglades av att en deltagare menade att Aftonbladet har för vana att skriva negativt om vederbörandes hemort. De engagemang deltagaren känner för sin hemort har här, rimligtvis påverkat ställningstagandet mot Aftonbladet. Att uppleva mediernas rapportering som kritiskt mot det som engagerar en själv kännetecknar fientliga medier-effekten, vilket i förhållande till resonemanget i fråga bör tas i beaktning. På det stora hela tror vi däremot inte att fientliga medier-effektens mekanismer påverkat resultatet särskilt mycket.

## 7. Diskussion och slutsatser

Tidigt i forskningsprocessen upptäckte vi ett potentiellt dilemma. Allmänheten uppger sig, enligt tidigare studier, primärt använda sig av de nyhetskällor som de själva uppger sig ha lågt förtroende för. I uppsatsen refererar vi återkommande till forskning som menar att nyhetsmedier är vår främsta källa till samhällsinformation, den information som ska hjälpa oss att bli självständiga beslutsfattare i demokratiska val. I skrivande stund är det maj 2018 och mindre än fyra månader kvar till höstens riksdagsval. Dessa förutsättningar bidrar naturligtvis till att göra ämnet oerhört intressant att studera, framförallt då många unga vuxna står inför sitt första politiska val. Våra funderingar kring varför så många frivilligt tar del av nyheter från källor de uppger sig ha lågt förtroende för mynnade ut i tankar och idéer kring förtroende och vad det är som gör att man tror på något. De tankarna mynnade i sin tur ut i frågeställningarna: *I vilken utsträckning påverkar förtroendet för avsändaren hur unga vuxna värderar nyhetsinnehåll?* och *Vilka faktorer kan tänkas ligga bakom unga vuxnas förtroendet för avsändaren?*

Vår ambition var alltså att få klarhet i hur stor del avsändaren har kring unga vuxnas förtroende för traditionella nyhetsmedier. Frågan indikerar att vi tänkte oss att förtroendet för en avsändare inte nödvändigtvis baseras på det innehåll de medierna publicerar.

### 7.1 Avsändaraspekten

Är det så att de flesta av oss bär på en instinktiv känsla för varje avsändare? Och när vi funderar enbart på själva avsändaren, utgår vi då från denna känsla och låter den ligga till grund för det förtroende vi anser oss uppleva för en avsändare? Denna studie pekar på att graden av förtroende i hög utsträckning baseras på att individer innehar ett subjektivt förtroende baserat på tidigare erfarenheter men att de förenas i att förtroende påverkas genom graden av exponering vad gäller avsändare. Vidare så slår studien alltså fast att detta genomsyrar förtroendegraden gällande nyhetsartiklarnas innehåll hos unga vuxna. Vem avsändaren är tycks således i hög utsträckning styra läsarens förhållningssätt till dess innehåll.

Det minskade förtroendet för rapporteringen kring migration och kriminalitet hos unga vuxna var en initial utgångspunkt, men orsakerna bakom minskningen låter sig i denna studie trots allt vara obesvarad. Värt att nämna är att ambitionen inte var att besvara nedgången utan att istället använda kunskapen som bas för att ringa in målgruppen och att skapa en större förståelse kring förtroende för avsändare hos den gruppen. SOM-institutet (Andersson et al. 2017) framför ett antal faktum kring olika grad av förtroende, där vi tog fasta på just avsändarperspektivet. Vår ambition har alltså varit att bidra kumulativt med kunskap som förklarar delar av den fakta som fältet redan hade tillgång till; vad den målgrupp, som i denna studie kokades ner till gymnasieungdomar 16-19 år baserar sitt medieförtroende på har vi delvis lyckats förklara.

Sammanfattningsvis så innebär det att *media priming* har kommit att få en central betydelse i denna studie när unga vuxnas medieförtroende ska förstås. Ett resonemang som präglade i stort sett samtliga av de fokusgrupper vi genomförde var att ett flertal källor måste bekräfta varandra för att ungdomarna i fråga ska tro på de innehåll som publiceras vilket vittnar om ett förändrat medielandskap där avsändare snarare än innehåll ställs emot varandra.

## **7.2 Deltagarna**

Urvalet av de 15 eleverna på NTI-gymnasiet i Göteborg är i sig inte representativt för hela målgruppen som faller inom ramen för SOM-institutets undersökning (Andersson et al. 2017) (unga vuxna 16-29 år) vilket gör att resultatet i sin helhet inte är fullt generaliserbart. Dock så ger resultatet en väldigt god fingervisning och överblick över svenska gymnasieelevers resonemang kring förtroendet gentemot avsändare för vidare forskning i fältet.

Resultatet ger alltså en inblick i gymnasieelevers argumentation i vilken dom tycker sig känna eller inte känna förtroende för en avsändare, som i detta fallet är traditionella svenska nyhetsmedier. Vidare så pekar resultatet på samma eller liknande faktorer som Westlund (2005) belyser, vilket i sig visar på att vår studie i hög grad har genomförts med ett gott utslag utefter givna frågeställningar och syfte.

### 7.3 Teorival

Eftersom att studien är kvalitativ och därmed induktiv så var empirin tvungen att vara på plats innan en hypotes eller slutats formulerades (Kvale & Brinkmann 2014). Men utifrån frågeställningarna som studien ämnade att besvara så var det av stor vikt att gå igenom de teorier som tidigare forskare i fältet använts sig av för att sedan addera eller ta bort när empirin var på plats. I vårt fall utgick vi initialt från *Uses and Gratifications Theory*, *Agenda Setting Theory* samt *Media Priming* vilket resulterade i att enbart det sistnämnda användes för att få resultatet så enstämmigt som möjligt. Oscar Westlunds studie *Känslor av medieförtroende* (2006) visade sig bli ett centralt verktyg i vår analys av materialet.

Vidare så tillkom också *Fientliga medier-effekten* (Strömbäck & Johansson 2017) som en extra teori då vi fann stöd i empirin som svarade starkt emot just den. Att addera teorier i efterhand kan i sig vara problematiskt men i detta fallet ansåg vi att teorin adderade ytterligare en nivå av kunskap inom fältet; resultatet tycks alltså även kunna användas i annan forskning som exempelvis vill undersöka innehåll i relation till avsändare beroende på hur du tolkar resultatet.

## 8. Förslag på vidare forskning

Som tidigare nämnts så utgick denna studien ifrån det faktum att unga vuxna hyser mindre förtroende för rapporteringen kring migration och kriminalitet (Andersson et al. 2017). Då studien i det stora hela fokuserat på dom faktorer som rör förtroendet kring just avsändaren snarare än själva innehållet så låter sig frågan om nedgången inte besvaras. Dock så har en rad olika faktorer utretts kring vikten av avsändaren i förhållande till innehållet där kunskapen med fördel kan användas som ett verktyg för vidare forskning i förståelsen kring minskningen. En liknande kvalitativ fokusgruppsstudie, men med fokus på innehåll, skulle kunna göras där kunskapen kring unga vuxnas förhållningssätt till avsändare används som redskap för att ytterligare utreda de mekanismer som ligger bakom unga vuxnas medieförtroende. *Fientliga medier-effekten* (Strömbäck & Johansson 2017) används i vårt fall till att härleda innehållet till avsändaren, det vill säga att känslan för ett innehåll primärt bygger på ett lågt förtroende för avsändaren, men kan med fördel användas som analysredskap för att mäta det omvända.

## 9. Referenser

- Andersson, U., Ericson, A., Holt, K., Johansson, B., Karlsson, M., Von Krogh, T., Lind, E., Weibull, L., & Truedson, L. (2017) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier
- Andersson, U., & Weibull L. (2017). Litar vi på medierna? I Andersson, U. Ohlsson, J. Oscarsson, H., & Oskarson, M (red.), *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet, 97-112
- Bergström, A. (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Ohlsson, J., Oscarsson, H., & Solevid, M. (red) *Ekvilibrium*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Elliot, M. (1997). *Förtroendet för medierna: TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon* (Doctoral thesis, Gothenburg Studies in Journalism and Mass communication). Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation
- Esaiasson, P. Giljam, M. Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan*. Stockholm: Norstedts Juridik AB
- Hedquist, R. (2012). *Trovärdighet - en förutsättning för förtroende* (Rapport 182(12)). Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar
- Holmberg, S., & Weibull, L. (2004a). *MedieAkademiens förtroendebarameter 1997-2003*. Göteborg: MedieAkademin
- Hovland, C.I., & Weiss, W.(1951). Public Opinion Quarterly. *Oxford journals*. 15(4), 635–650
- Iyengar, S., & Kinder, D.R. (1987). *News that matter*. Chicago: University of Chicago press
- Kantar Sifo. (2017). Hämtad 2018-05-20, från [https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/profilrapport\\_orvesto\\_konsument\\_2017\\_1.pdf](https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/profilrapport_orvesto_konsument_2017_1.pdf)
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2014). *Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three rivers press
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur: Lund
- Ladd, J.M. (2012). Why Americans Hate the Media and How It Matters. *Princeton University Press*. 282
- Lippman, W. (1922/1997). Public Opinion. New York: Free Press

- Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism Quarterly*. 65(3), 567-588
- Morgon, D. (1996). Focus groups. *Annual Review of Sociology*. 22, 129-152
- Nowak K., Carlman, B., & Wärneryd, K-E. (1966). *Masskommunikation och åsiktsförändringar*. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI)
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster
- Ruggiero, E, T. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*. 3(1), 3-37
- Stewart, D., Shamdasani, P., & Rook, D. (2007). *Focus Groups. Theory and Practise*. 2:a upplagan. Thousand oaks: Sage
- Strömbäck, J. (2014). *Demokratien och det förändrade medielandskapet*. Stockholm: Statens offentliga utredningar
- Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News recommendations from social media opinion leaders: Effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 20, 520-535
- Vallone, R.P., Ross, L., & Lepper, M.R. (1985). The Hostile Media Phenomenon: Bias Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*. 49, 577-585
- Weibull, L. (2011). Medieförtroende och public service. I Holmberg, S., Weibull, L., & Oscarsson, H. (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Weibull, L. (2014). Medieförtroende i nytt medielandskap i Bergström, A. & Oscarsson, H. (red). *Mittfåra & marginal*. Göteborgs universitet: SOM-institutet
- Wesslén, A. (1996). Fokusgrupper - en bra metod i hälsoforskning. *Vår Föda*. 3, 21-22
- Westlund, O. (2006). *Känslor av medieförtroende (Rapport 37)*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation
- Westlund, O. (2005). Medieförtroendets betydelse. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Du stora nya världen*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet
- Westlund, O., & Färdigh, M. A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media. *Mobile Media & Communication*. 3(1), 53-74

## 10. Bilaga

### 10.1 Intervjuguide

#### Presentation/introduktion

*“Hej! Anledningen till att vi träffas här idag är pga att vi behöver er hjälp till vår uppsats gällande medieförtroende för våra traditionella nyhetsmedier. Upplägget är som sådant att ni kommer få läsa tre artiklar var vilka vi sedan kommer ha en diskussion omkring. Frågor?”*

#### Uppvärmningsfrågor

Konsumerar ni nyheter?

Var hämtar ni era nyheter ifrån? (Papperstidning, internet, vänner)

#### Moment 1 (fabricerade artiklar):

- Hur går era tankar efter att ha läst de tre artiklarna?
- Vad tycker ni om texten och varför?
- Hur upplever ni trovärdigheten i artiklarna?
- (be deltagarna välja ut vilken/vilka av artiklarna som de har mest förtroende för och motivera varför).

#### Moment 2 (originalartiklar):

- Nu när ni fått reda på att avsändaren förändrats, hur går era tankar kring innehållet då?
- Vad är det som gör att man känner att ni känner ett förtroende eller inte?
- Spelar avsändaren en stor roll gällande ert förtroende för nyheter?
- Har eran uppfattning om gallringen från moment 1 ändrats något nu när ni vet vilka som egentligen har skrivit artiklarna?



## 10.2 Stimulusmaterial

Nedan följer de artiklar som vi bytt ut avsändarna på. Den artikel som här uppges vara publicerad av Aftonbladet kommer egentligen från SVT. Den påstådda DN-artikeln är i själva verket utgiven av Aftonbladet. Den artikel som här pryds av SVT:s logga har alltså egentligen publicerats av Dagens nyheter.

**AFTONBLADET**

# Nya särskilt utsatta områden presenteras

I dag presenterar polisen sin nya rapport om utsatta områden i Sverige. Till listan över särskilt utsatta områden läggs nu **Gottsunda**.

I rapporten utökas antalet "särskilt utsatta" områden från 15 till 23 och med på listan finns Uppsalastadsdelarna **Gottsunda/Valsätra**.

De båda Uppsalaområdena har tidigare klassats som utsatta områden, vilka kännetecknas av hög kriminalitet, hög arbetslöshet, många socialbidragstagare och många invånare med invandrarbakgrund. Ett "särskilt utsatt" område präglas dessutom av parallella samhällsstrukturer, extremism och är områden där polisen har svårigheter med att utföra sitt arbete.

– Läget är allvarligt i de här områdena, säger [Linda Staaf](#), chef för underrättelseenheten på polisens Nationella operativa avdelning, Noa.

Ger lägesrapport i debattartikel

Dan Eliasson, rikspolischef, skriver i dag om rapporten på DN debatt tillsammans med Mats Löfving, chef för Nationella operativa avdelningen, Noa.

"Alla är inte överens om beskrivningen, än mindre om lösningarna. För komplexa samhällsproblem som detta finns inga givna svar. Det som är förvånande är påståenden om att vi i polisledningen skulle vilja dölja utvecklingen. Ingenting kunde vara mer fel. Tvärtom är det just för att lyfta fram problematiken som vi sammanställt rapporten." skriver de båda och fortsätter:

"Vi har sett ett behov av en samlad lägesbild för att kunna styra resurserna mot rätt områden och utveckla rätt åtgärder. Men ett minst lika viktigt syfte med rapporten är att synliggöra problemen för andra myndigheter och samhällsaktörer så att vi kan agera gemensamt mot detta svåra samhällsproblem." [Lövgärdet i Göteborg, där en idrottsförenings barn och ungdomar senaste tiden har bevittnat två mord.](#)

### "Resursbrist det främsta problemet"

Dan Eliasson vill inte enbart peka på brist på resurser och menar att det krävs långsiktiga insatser och förstärkning av samhällets basverksamheter i de utsatta områdena.

Men poliserna själva menar att den främsta orsaken är just resursbristen. – Vi kommer inte att vika en millimeter i Gottsunda. Men vi måste få mer folk. Jag har aldrig haft en så dålig resurs som nu, sade [Jale Poljarevius](#), chef för lokalpolisområde Uppsala/Knivsta, till DN i förra veckan

Rapporten presenteras vid en presskonferens som inleddes på onsdagsförmiddagen. Rikspolischefen Dan Eliasson, Linda Staaf, chef underrättelseenheten, Noa, och Klas Friberg, regionpolischef i Region Väst deltar i presskonferensen som hålls på Polishuset i Göteborg.

Under presskonferensen säger rikspolischefen Dan Eliasson att polisen sammanställer den här rapporten för att de ska kunna använda sina resurser bättre men också för att få hjälp av fler myndigheter och andra samhällsaktörer. – Hjälp oss, hjälp oss, säger rikspolischefen Dan Eliasson.

Sverige

## Polisens nya rapport: 61 utsatta områden i Sverige

Öppen narkotikahandel, gängkriminalitet och en rädsla bland de boende att vända sig till polisen. Det utmärker flera av de tyngsta bostadsområdena i Sverige. I flera områden finns också religiös extremism. I en ny rapport från polisen listas 53 utsatta bostadsområden i Sverige.

Polisen har klassat 61 områden i Sverige som "utsatta". Det betyder att arbetslösheten är stor, misstänksamheten mot samhället likaså och kriminaliteten är hög. Och det är inte bara att kriminaliteten är hög, den påverkar också lokalsamhället. Det kan till exempel vara genom utpressningar och hot så att lokala näringsidkare inte kan vara kvar i området eller att knarkförsäljning sker helt öppet på torgen. Ofta finns ett öppet missnöje mot myndigheter.

**Nattsvart bild** Av de 61 områdena klassar polisen 23 som "särskilt utsatta" och det är här den mest akuta situationen finns, enligt rapporten. Och det är en nattsvart bild Linda Staaf och Rikspolischefen Dan Eliasson målar upp på dagens presskonferens i polishuset i Göteborg. – Våldet är allvarigare nu, säger Linda Staaf. – Hänsynslösheten är större. Tidigare sköt man i benet för att skrämmas, nu skjuter man i huvudet för att döda, säger hon. Ett exempel på ett särskilt utsatt område är Lövgärdet i Göteborg, där en idrottsförenings barn och ungdomar senaste tiden har bevittnat två mord.

**"Värnar sitt revir"** Linda Staaf berättar att det mest allvarliga är den öppna narkotikahandeln. Att lokala ungdomar både är säljare och köpare och att polisen ser att heder och respekt spelar stor roll i de här områdena.

– Man värnar sitt revir och vedergällning är vanligt, säger Linda Staaf. Hon berättar om hur barn i 10-årsåldern hämtar vapen och narkotika till äldre kriminella och hur de tidigt skolas in i kriminellt beteende. Enligt polisen finns en omfattande handel med hyreskontrakt vilket gör att många familjer bor tillsammans och trångboddheten är stor. Det i sin tur gör att barn inte kan vara hemma utan är ute och drar på torgen och blir då lätta för kriminella nätverk att suga upp. – Vi ser också påtryckningar mot myndigheter i de här områdena, fortsätter Linda Staaf. – Både direkta hot och skadegörelse och att myndigheter i vissa fall behöver polisbeskydd för att utföra sitt arbete, säger hon. Rikspolischefen Dan Eliasson betonar också att det här inte bara är ett polisiärt problem, utan att hela samhället måste hjälpa till. – Andra samhällsaktörer, hjälp oss, hjälp oss, säger Eliasson.

## Sveriges mest utsatta bostadsområden

Öppen narkotikahandel, gängkriminalitet och en rädsla bland de boende att vända sig till polisen. Det utmärker flera av de tyngsta bostadsområdena i Sverige. I flera områden finns också religiös extremism. I en ny rapport från polisen listas 53 utsatta bostadsområden i Sverige.

I en ny rapport från polisen listas de bostadsområden i Sverige som har störst problem med brottslighet, ofta i kombination med andra sociala problem. De allra flesta områdena byggdes mellan 1965 och 75 och ingår i det så kallade miljonprogrammet. Totalt listas 53 utsatta områden i rapporten, varav 15 anses vara särskilt utsatta och sex bedöms som riskområden, där läget kan förvärras om inga insatser sätts in.

### "No go-zoner"

Tidigare har liknande områden kallats för "no go-zoner", men rapporten undviker det begreppet. I områdena förekommer ofta en öppen narkotikahandel, ofta med cannabis. Ofta förekommer också våld, oftast mellan kriminella men som också kan drabba andra, och ett "utåtagerande missnöje med samhället". I de särskilt utsatta områdena har kriminaliteten gått längre. Rapporten beskriver parallella samhällsstrukturer dit människor vänder sig, i stället för till polisen och rättsväsendet. Ofta finns också religiös extremism och personer reser till krigsområden som Syrien för att delta i striderna. De flesta områdena finns i och runt storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö. Men bland de mest utsatta områdena finns också Vivalda i Örebro, Araby i Växjö och Skäggetorp i Linköping.

**LÄS MER:** [Polischefen: "Gottsunda och Valsätra har en problematik"](#)

### Lugnare i norr

I polisens lista finns inte ett enda område i Norrland. Om det beror på att problemet inte finns i norra Sverige eller att det inte har blivit uppmärksammat finns inget svar på i rapporten. Enligt rapporten är områdena mycket svåra att arbeta i för polisen. "I vissa områden finns det uppgifter om att boende har känt sig hotade" heter det i rapporten. Ett skäl har varit att kriminella har besökt lägenheter som de tror används av polisens spanare. "I de särskilt utsatta områdena kan ett polisingripande leda till våldsamma upplopp med bilbränder och stenkastning som följd", heter det.

Rapporten har inga enkla svar på vad som ska göras i områdena. Att polisen har hårdbevakat vissa personer i områdena har ibland försämrat situationen, eftersom förtroendet för polisen ibland är lågt. "Uthållighet och kontinuitet" anses som den främsta framgångsfaktorn. Samarbete med andra myndigheter och "eldsjälar" framhålls som viktigt. Dessa eldsjälar finns ofta på fritidsgårdar i områdena, personer som har goda kontakter i samhället.

### 10.3 Originalartiklar - referenser

*Nedan återfinns länkar till originalversionerna av de artiklar vi i samband med genomförandet av fokusgrupperna bytte avsändare på.*

Björk, S., (2017, 21 Juni), Nya särskilt utsatta områden presenteras, *SVT nyheter*  
Hämtad 2018-04-21, från <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/upsala/nya-sarskilt-utsatta-omraden-presenteras>

Bäckström Lerneby, J., (2017, 21 Juni), Polisens nya rapport: 61 utsatta områden i Sverige.  
*Aftonbladet*, Hämtad 2018-04-21, från  
<https://www.aftonbladet.se/nyheter/krim/a/LVMpJ/polisens-nya-rapport-61-utsatta-omraden-i-sverige>

Lisinski, S., (2016, 9 Februari), Sveriges mest utsatta bostadsområden, *Dagens Nyheter*  
Hämtad 2018-04-21, från <https://www.dn.se/nyheter/sverige/sveriges-mest-utsatta-bostadsomraden/>



