

Linköpings universitet

Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur

Medie- och kommunikationsvetenskap 3

Falska nyheter i det postfaktiska samhället

- med konfirmeringsbias som inre kompass

Pia Craemer

C-uppsats

H.T. 2017

Handledare: Christian Svensson Limsjö

Abstract

Title: Fake news in a post-truth society - with confirmation bias as an inner compass

This experimental study with 45 participants investigates how a strong conviction in the matter affects the ability to source criticism. Participants had to assess the truth level in some shorter news articles where the experimental group, consisting of hunters and vegans, had a strong opinion on the content of the articles while the comparative group was considered to have a generally held opinion. Furthermore, the study examined how the amount of media consumption affects the ability of source criticism.

Although the study is limited to its extent, an impact of confirmation bias in the participants' assessment of the truth content of the articles in the study has been detected. A certain connection between the participants' media consumption and their ability of source criticism was seen in the study, where those with a larger media consumption managed to better distinguish true from false.

Key words: post-truth, fake news, confirmation bias, source criticism, media and information literacy.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1. Syfte.....	2
1.2. Disposition.....	2
2. Teori och tidigare forskning.....	3
2.1. Ett förändrat medielandskap	3
2.2. Det postfaktiska samhället.....	4
2.3. Falsa nyheter.....	5
2.4. Konfirmeringsbias	6
2.5. Medie- och informationskunnighet	8
2.6. Sammanfattning och tillämpning.....	9
3. Material och metod	11
3.1. Kvantitativ ansats	11
3.2. Kvasiexperiment.....	11
3.3. Population och urval.....	12
3.4. Datainsamling	13
3.5. Variabler	13
3.6. Analysmetod.....	14
3.7. Reliabilitet och validitet.....	14
3.8. Etiska aspekter	15
4. Analys	17
4.1. Deltagargrupper	17
4.2. Artiklarnas sanningshalt och källans trovärdighet.....	18
4.3. Skensamband	25
4.4. Mediekonsumtion	29
5. Avslutning.....	32
5.1. Slutsatser.....	32
5.2. Diskussion	34
Källförteckning	36
Bilaga 1 - Frågeformulär	
Bilaga 2 - Artikelförteckning	

Figurförteckning

Figur 4.1: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 1: sann pro veganism.....	19
Figur 4.2: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism	21
Figur 4.3: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 3: sann pro köttkonsumtion	22
Figur 4.4: Upplevd sanningshalt för artikel 3: sann pro köttkonsumtion	23
Figur 4.5: Upplevd sanningshalt för artikel 5: sann pro köttkonsumtion	23
Figur 4.6: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion.....	24
Figur 4.7: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism i könskategorin kvinnor.....	26
Figur 4.8: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion i könskategorin kvinnor.....	26
Figur 4.9: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism i åldersgruppen 30–44 år.....	27
Figur 4.10: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion i åldersgruppen 30–44 år.....	27
Figur 4.11: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med högskoleutbildning.....	28
Figur 4.12: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med högskoleutbildning.....	28
Figur 4.13: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med hög mediekonsumtion	29
Figur 4.14: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med låg mediekonsumtion	29
Figur 4.15: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med hög mediekonsumtion	30
Figur 4.16: Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med låg mediekonsumtion	31

Tabellförteckning

Tabell 2.1: Medie- och informationskunnighet	9
Tabell 4.1: Könsfördelning mellan respondenterna.....	17
Tabell 4.2: Åldersfördelning mellan respondenterna.....	17
Tabell 4.3: Respondenternas huvudsakliga sysselsättning	17
Tabell 4.4: Utbildningsnivå hos respondenterna	17
Tabell 4.5: Politisk övertygelse hos respondenterna.....	17
Tabell 4.6: Upplevd sanningshalt för artikel 4: sann pro veganism	19
Tabell 4.7: Upplevd sanningshalt för artikel 6: sann pro veganism	19
Tabell 4.8: Upplevd sanningshalt för artikel 2: falsk pro veganism.....	20
Tabell 4.9: Upplevd sanningshalt för artikel 8: falsk pro veganism.....	20
Tabell 4.10: Upplevd sanningshalt för artikel 3: sann pro köttkonsumtion.....	22
Tabell 4.11: Upplevd sanningshalt för artikel 5: sann pro köttkonsumtion.....	22
Tabell 4.12: Upplevd sanningshalt för artikel 1: falsk pro köttkonsumtion	24
Tabell 4.13: Upplevd sanningshalt för artikel 7: falsk pro köttkonsumtion	24
Tabell 4.14: Tilltro till artikeltyp 2: falsk pro veganism, fördelat på mediekonsumtion.....	30
Tabell 4.15: Tilltro till artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion, fördelat på medie- konsumtion	31

1. Inledning

2016 valde Oxford Dictionaries "post-truth" till årets engelska ord, där Brexit-omröstningen och det amerikanska presidentvalet anses vara de främsta orsakerna till ordets ökade popularitet (Oxford Dictionaries, 2016). På svenska används begreppet "postfaktisk", vilket syftar på omständigheter där objektiva fakta och argument har mindre påverkan på allmänheten än ett framförande som vädjar till känslor och personlig övertygelse. Huruvida argumenten bygger på sanning eller osanning har liten eller ingen betydelse (Wikipedia, 2017).

Debatten kring det postfaktiska samhället har medfört en större problematisering kring hur vi tar till oss nyheter i ljuset av det förändrade medielandskapets nya möjligheter och begränsningar. Medieforskaren Jesper Strömbäck och filosofen Åsa Wikforss diskuterade frågan i samband med ett seminarium om faktaresistens. Strömbäck konstaterar att medielandskapets förändring kräver att vi behöver vara mer selektiva i det stora informationsflödet och att våra individuella åsikter och kunskaper därmed får en större betydelse när vi väljer information. Han anser vidare att det har blivit svårare att påverka och nå ut till människor som inte vill bli informerade. Wikforss menar att ju mer känsloladdad frågan är desto svårare har människor att ta till sig evidens (Widebeck, 2017).

För att hjälpa medborgarna med att hantera det nya digitala medielandskapet har ett arbete inletts för att stärka allmänhetens medie- och informationskunnighet. Det innebär att många behöver få en ökad kunskap både i hur digitala plattformar är uppbyggda och hur de fungerar, men även få hjälp med hur man bäst sällar och bedömer information (Carlsson 2014, s. 15).

En egenskap som påverkar vår förmåga att vara källkritiska är det som inom kognitionsvetenskapen kallas konfirmeringsbias. Forskning har visat att människor tenderar att omedvetet dras till den information som bekräftar våra egna uppfattningar. Det gör att många ofta väljer nyheter som stödjer deras redan befästa åsikt framför information som står för en avvikande åsikt (Westerwick, Johnson och Knobloch-Westerwick, 2017).

Då det i Sverige bedrivs ett medvetet arbete för att främja medie- och informationskunnigheten, är det intressant att undersöka hur svenska mediekonsumenter klarar av att hantera en källkritisk granskning när materialet i fråga berör ämnen som stödjer

läsarens egen uppfattning. Även om studien har sin bas i problematiseringen kring det postfaktiska samhället och hur dessa förändringar kan påverka den demokratiska processen kommer begreppen konfirmeringsbias och källkritik att stå i fokus, då dessa begrepp blir av större vikt då medielandskapet förändrats. För att säkerhetsställa att konfirmeringsbias var en aspekt som analyserades valdes en laddad fråga med tydliga motpoler till undersökningsmaterialet: veganism gentemot köttkonsumtion.

1.1. Syfte

Denna studie har som syfte att undersöka hur människors förutfattade meningar påverkar förmågan till källkritik vid konsumtion av nyhetsartiklar och utgår från följande hypoteser i linje med tidigare forskning:

- H1. En stark övertygelse i sakfrågan kommer innebära en försämrad förmåga att vara källkritisk.
- H2. En stark övertygelse i sakfrågan kommer innebära en försämrad förmåga att vara källkritisk oberoende av faktorer som kön, ålder, utbildningsnivå och politisk riktning.
- H3. En stor konsumtion av nyhetsmedier ökar förmågan till källkritik.

1.2. Disposition

Uppsatsen är indelad i fem kapitel. I introduktionen ges en bakgrund till ämnesval följt av ett klagörande av studiens syfte och hypoteser. Kapitlet teori och tidigare forskning beskriver de begrepp som varit viktiga för analysens utförande samt redogör för tidigare forskning som varit tongivande för studiens hypoteser och analys. Därefter följer en presentation av det material som använts i studien samt en beskrivning av den metod som har använts och hur den tillämpats. Det fjärde kapitlet presenterar en analys av resultatet från det genomförda kvasiexperimentet. Som avslutning kommer en redogörelse för slutsatser som gjorts utifrån analysen, en hypotesprövning samt en diskussion om studiens genomförande med förslag till vidare forskning.

2. Teori och tidigare forskning

I följande avsnitt går jag igenom de begrepp som är viktiga för min analys samt tidigare forskning inom området för min studie. Kapitlet fungerar även som en bakgrundsbeskrivning av hur och varför det postfaktiska samhället har uppstått. Avslutningsvis kommer en kortare sammanfattning samt ett klargörande av hur teorierna kommer tillämpas i denna studie.

2.1. Ett förändrat medielandskap

Medier har en viktig funktion i vårt demokratiska samhälle genom att låta användarna förstå sig själva i ett större sammanhang bestående av politiska, historiska och existentiella diskurser. Medier påverkar våra attityder och handlingar både på individnivå såväl som på gruppnivå och har effekter på samhällsstrukturen (Bruhn Jensen 2009, ss. 7, 117).

2000-talet har inneburit stora förändringar i det traditionella medielandskapet genom internets breda genombrott. Medieforskaren Henry Jenkins talar om en konvergenskultur där nya medier kolliderar med de gamla och där makten över medierna inte längre enbart finns hos mediebolagen utan även hos användarna. Konsumenterna är numera aktiva deltagare i skapandet och har själva blivit medieproducenter (Jenkins 2012, ss. 14–15). Innan det digitala medielandskapets framväxt använde vi i större uträckning samma kanaler för vår nyhetskonsumtion i form av den lokala tidningen och public service-kanaler. Utvecklingen av fler kanaler och medieformer gör att människor inte längre tar del av samma nyheter och information, vilket i sin tur leder till ökad gruppering i samhället (Weibull och Wadbring 2014, s. 367).

Förtroendet för traditionella medier har i många länder stadigt minskat de senaste åren. Läsarna har börjat se journalister som en del av eliten och väljer sökmotorer framför mänskliga redaktörer (Nicolaou & Giles, 2017). Sociala medier har blivit en allt viktigare nyhetskälla för många användare. En undersökning från 2016 visar att 62 % av den amerikanska befolkningen tar del av nyheter på sociala medier där Reddit, Facebook och Twitter var de plattformar som var populärast som nyhetsförmedlare. Jämfört med en undersökning gjord 2013 har användandet av sociala medier som nyhetskälla tydligt ökat (Pew Research Center, 2016).

En farhåga angående det ökande användandet av sociala medier som vår främsta nyhetskälla är de algoritmer som exempelvis Facebook använder för att anpassa flödet av inlägg efter användarens egen åsiktsprofil. Programmet registrerar vilka inlägg och annonser som vi visar ett intresse för och prioriterar sedan inlägg med samma profil i vårt nyhetsflöde, vilket har myntat begreppet filterbubbla som en beskrivning av fenomenet. Studier har visat att majoriteten av Facebooks användare är omedvetna om hur deras flöde blir manipulerat. Istället har de uppfattningen att flödet visar alla inlägg från vänner, sidor och grupper de tillhör utan urskiljande. Hur stor effekt dessa filterbubblor har när det kommer till våra ställningstaganden i exempelvis valkampanjer har dock inte kunnat fastställas med säkerhet, mycket på grund av att Facebook inte är ett system öppet för forskning och undersökning (Hern, 2017).

Även i Sverige har det skett en förskjutning från användandet av traditionella medier till digitala medier. En rapport från Myndigheten för press, radio och tv visar att i åldersgruppen 15–24 år är Facebook den vanligaste källan till nyhetsinformation på nätet och att det i samma grupp är hela 52 % som inte tar del av nyheter i traditionella medier överhuvudtaget. Med stigande ålder ökar dock användandet av traditionella medier för att i åldersgruppen 65–79 år vara 67 % som läser morgontidning och nästan lika många som ser nyhetssändningar på SVT (De Vries 2017, ss. 25–26). Svenskarna har dock traditionellt sett präglats av en stor tillit till andra människor och institutioner. Även förtroendet för traditionella medier ligger fortsatt på en relativ hög nivå i Sverige, där public service-kanalerna ligger i topp. Här finns således en skillnad mellan Sverige och exempelvis USA som haft ett stadigt minskande medieförtroende. Även om det allmänna förtroendet för medierna är stabilt har polariseringen mellan olika politiska falanger ökat, där exempelvis personer med vänstersympatier har ett större förtroende för etablerad press än högerväljare. (Andersson och Weibull 2017, ss. 76–78).

2.2. Det postfaktiska samhället

Även om begreppet post-truth har använts tidigare har dess popularitet ökat och används frekvent i analyser av Brexit-omröstningen, det amerikanska presidentvalet 2016 och i det efterföljande politiska klimatet. Objektiva fakta har i dessa sammanhang inte haft samma inflytande över den allmänna opinionen som de argument som istället appellerar till känslor. Rena osanningar har tagits emot som alternativa fakta (Oxford Dictionaries, 2016).

Tanken om det postfaktiska samhället innebär att frontfigurer inom politiken inte har behov av att försvara sig när de blir påkomna att framföra felaktigheter eller lögn. Sanning och fakta har därmed kommit att stå för något tråkigt och oinspirerat som inte har lika stor betydelse som det engagemang som politikerna visar upp. Det har även skett en inflation i faktaproduktionen. Information från tvivelaktiga källor får lika stor eller till och med större betydelse än de som kommer från opartiska välrenommerade avsändare (Davies, 2016).

Även om Sverige inte har haft motsvarande politiska kampanjer i postfaktisk anda har svenska myndigheter och organisationer så som Försvarets forskningsinstitut (FOI), Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och SIDA noterat den ökade problematiken kring desinformation och hur den kan komma att påverka demokratin. Under Almedalsveckan 2017 hölls ett seminarium i frågan med representanter från bland annat dessa aktörer. Där diskuterades det hur snabbt felaktig information kan spridas via sociala medier och hur felaktiga bilder och myter om Sverige har använts som propaganda i valrörelser både i Sverige och utomlands (Sida Sverige, 2017).

2.3. Falska nyheter

Falska nyheter innebär falska rubriker och artiklar som publiceras på en webbsida som till sin utformning försöker efterlikna en äkta webbtidning varpå den sprids över sociala medier. Tanken var från början att så många som möjligt ska dela nyheten vidare, då varje klick genererade i reklamintäkter. Falska nyheter har även kommit att användas för propaganda och politiska syften. Sociala medier såsom Facebook och Twitter har blivit en plattform för nyhetsspridning, sanna såväl som falska. Forskning har visat att majoriteten användare aldrig läser mer än rubriken på en artikel innan de delar den vidare varför nyheter får en snabb spridning via sociala medier (Rochlin, 2017).

Falska nyheter har blivit starkt sammankopplat med Donald Trumps presidentvalskampanj. Trump har själv anklagat pressrepresentanter för att fabricera falska artiklar som ställt honom i dålig dager eller som kort och gott inte har fallit honom i smaken. I sin tur har Trump anklagats för att gång på gång framföra osanningar som fakta. Begreppet falska nyheter har därför kommit att urholkas och används slentrianmässigt för alla typer av nyheter som inte överensstämmer med de egna åsikterna. Att påstå att den etablerade pressen producerar falska nyheter är dock utan grund. En dålig artikel eller en misslyckad rapportering är inte att likställa med en falsk nyhet som istället ska ses som en medveten producerad artikel vars enda

syfte är att missleda läsaren. Även om artikeln är tydligt vinklad eller har en klar politisk profil är den inte per automatik att betrakta som en falsk nyhet (Schlesinger, 2017).

En analys gjord av BuzzFeed News 2016 kom fram till att de 20 mest lästa falska nyhetsartiklarna hade större spridning på Facebook än de 20 mest populära artiklarna från etablerade medier såsom New York Times, Washington Post, Huffington Post och NBC News under amerikanska presidentvalskampanjens sista tre månader. Huvuddelen av de falska nyheterna var till fördel för Trump (Silverman, 2016).

Som en av de mest använda plattformarna för spridning av falska nyheter har Facebook arbetat med att försöka stoppa denna typ av spridning. De har sedan tidigare ett system där användare kan flagga inlägg som de tolkar som falska nyheter varpå ett team går igenom de inlägg som har fått många flaggor. Det har heller inte varit tillåtet att på Facebook publicera annonser som länkar till sidor som blivit uppmärksammade som falska av tredjeparts faktagranskande organisationer. Det senaste försöket att minska antalet falska nyheter är helt förbjuda sidor att annonsera på Facebook om de vid upprepade tillfällen delar nyheter som visar sig vara falska. Facebook anser att de förstår allvaret och de effekter som spridning av falska nyheter kan innebära för samhället och menar att de på detta sätt tar sitt ansvar i frågan (Shukla och Lyons, 2017).

Att skilja falska nyheter från den äkta varan har visat sig vara problematiskt även för generationen som går under epitetet ”digital natives”. I en studie från 2016 undersöktes förmågan att bedöma trovärdigheten hos olika artiklar, inlägg och bilder hos amerikanska elever och studenter. Över 7000 ungdomar från olika samhällsgrupper fick fem olika uppgifter anpassade efter åldersgrupp där de fick beskriva hur de resonerade kring sin källkritik. Ungdomarna visade sig ha stora svårigheter att bedöma materialet oavsett ålder och social bakgrund, exempelvis kunde de i många fall inte skilja en reklamannons från en artikel (Stanford History Education Group, 2016).

2.4. Konfirmeringsbias

“[I]f we choose only to expose ourselves to opinions and viewpoints that are in line with our own, studies suggest that we become more polarized, more set in our ways. That will only reinforce and even deepen the political divides in this country” (The White House, Obama, 2010).

Konfirmeringsbias syftar på en typ av selektivt tänkande där vi tenderar att uppmärksamma och välja information som överensstämmer med den egna uppfattningen, samtidigt som vi undervärderar eller ignorerar information som motsäger vår övertygelse.

Vetenskapsteoretikern Karl Popper såg problemet även bland forskarkollegor på 60-talet som trots sin skolning selektivt uppmärksammade resultat som stödjer deras egen uppfattning. Popper förespråkade därför att forskare bör försöka falsifiera istället för att konfirmera sina egna teorier. Genom att testa sin teori får forskaren en bild av dess egentliga värde (Lundh, Montgomery och Waern 1992, ss. 50–51).

Denna typ av selektivitet bidrar till att vidmakthålla våra uppfattningar om omvärlden även om dessa baseras på rena fördomar. Vår förkärlek för information som stödjer vår syn är så djupodlad att vi har svårt att agera annorlunda även om vi blir uppmärksammade på problematiken kring denna typ av bias. Vi har fortsatt svårt att pröva våra hypoteser genom falsifiering (Lundh, Montgomery och Waern 1992, ss. 157–159).

Konfirmeringsbias och svårigheten att använda falsifiering kan undersökas genom enkla experiment. Ett sådant genomförde forskaren Peter Wason, en av pionjerna inom forskning om konfirmeringsbias, när han 1960 presenterade en talserie bestående av siffrorna 2, 4 och 6 för en rad testpersoner. De fick sedan i uppgift att själva konstruera talserier för att försöka identifiera regeln bakom Wasons talserie. Testpersonerna fick efter varje egen konstruerad talserie fråga Wason om den stämde överens med hans regel. Wasons regel visade sig i all sin enkelhet vara en stegrande talserie. Testpersonerna hade dock förvånansvärt svårt att lista ut det korrekta svaret, då de nästan uteslutande använde sig av en konfirmeringsstrategi och endast konstruerade talserier som överensstämde med deras egen hypotes istället för att testa hypotesen genom falsifiering (Lundh, Montgomery och Waern 1992, ss. 157–158).

Konfirmeringsbias kan även förklara hur vi väljer våra nyhetskällor och hur vi tolkar nyhetsartiklar. Mediekonsumenter står inför en sådan mängd av information att de ofta i brist på motivation, tid eller förmåga väljer genvägar i sina val av information. En sådan genväg är att välja information efter avsändaren, vilket undersöktes i en studie från 2017. Totalt 286 studenter deltog i undersökningen och presenterades rubriker från Fox News samt matchande rubriker från MSNBC varpå deltagarna fick välja vilken källa de föredrog. De fick även svara på frågor rörande attityder och medieanvändning. Resultatet av studien blev att desto tydligare

positiv attityd jämt mot en viss källa deltagarna hade desto oftare valde de denna källa i undersökningen (Arendt, Northup och Camaj, 2017).

I en studie från Ohio State University analyserades hur en grupp med 156 studenter läste tidningsartiklar på nätet genom att mäta tiden de använde till varje artikel. Experimentet genomfördes i två sessioner. Vid första tillfället fick respondenterna besvara frågor som berörde 17 olika politiska frågor. Det andra tillfället utfördes sex veckor senare genom att deltagarna ombads bläddra igenom en nättidning som bestod av åtta artiklar som behandlade fyra olika ämnesområden: abortfrågan, vapenkontroll, sjukvård och minimilön. Resultatet visade att deltagarna spenderade 36 procent längre tid på att läsa artiklar som överensstämde med deras egna åsikter (Knobloch-Westerwick och Meng, 2009).

I en senare studie från samma universitet med 120 deltagande studenter undersöktes vilken roll källan har i förhållande till innehållet vid val av nyhetsartiklar. Experimentets två sessioner bestod dels i en attitydundersökning med frågor rörande 12 olika politiska frågor dels ett tillfälle när deltagarna blev presenterade ett sökresultat på internet med artiklar uppdelade på fyra olika ämnesområden som presenterades med rubrik och en kort ingress. Deltagarna fick därefter välja fritt vilka artiklar de ville läsa i fulltext. Källorna till artiklarna var både opartiska med hög trovärdighet och tydligt partiska med låg eller ingen trovärdighet. Målet med undersökningen var att undersöka både effekten av källan såväl som artikelns innehåll varför det framgick tydligt vem avsändaren var på respektive artikel. Det visade sig att deltagarna i högre grad valde att läsa de artiklar som bekräftade deras ståndpunkt i frågan oavsett karaktären på källan (Westerwick, Johnson och Knobloch-Westerwick, 2017).

2.5. Medie- och informationskunnighet

Vikten av en förmåga att kunna hantera de nya digitala plattformar som det nya medielandskapet har medfört, har lyfts i olika forum där UNESCO är en av de organisationer som tagit frågan på allvar och arbetat fram ett ramverk. En del i detta arbete har varit att ta fram ett utbildningsmaterial för lärare för att på så sätt öka medie- och informationskunnigheten bland barn och ungdomar. Begreppet medie- och informationskunnighet innefattar en rad olika delar, vilket syns i tabell 2.1 (Carlsson 2014, s. 15).

Tabell 2.1. Medie- och informationskunnighet (Carlsson 2014, s.14).

Mediekunnighet						
Förstå mediernas roll och funktion i ett demokratiskt samhälle	Att veta vilka förutsättningar som krävs för att medier ska kunna uppfylla sina funktioner	Kunna kritiskt värdera medieinnehåll utifrån mediernas funktioner	Förmåga att använda medier för att kunna uttrycka sig och delta i den demokratiska processen	Använda färdigheter som krävs för att producera eget medieinnehåll		
Informationskunnighet						
Definiera och beskriva informationsbehov	Söka och använda information	Bedöma information	Sortera information	Använda information på ett etiskt hållbart sätt	Förmedla information	Använda IKT-färdigheter som krävs för att processa information

En viktig del i medie- och informationskunnighet är källkritiskt tänkande. Här visar en undersökning från Internetstiftelsen att unga har fått mer information om källkritik än äldre och att de verkar använda sig av den kunskapen i en större utsträckning. Äldre är de som tenderar att dela information vidare på internet utan åtskillnad (Löfgren, 2017).

En ökad förståelse för hur de nya medierna fungerar och är uppbyggda är av vikt för att vi själva ska kunna dra nytta av den ökade makt och de större möjligheter som användarna har i digitala forum. Även om medie- och informationskunnighet är viktigt för att kunna sälla falska och vinklade nyheter från fakta och sanning, medför konfirmeringsbias även här ett problem. Medieforskaren Jesper Strömbäck menar att det finns en risk att vi trots god kunskap i källkritik ändå enbart applicerar den kunskapen på de nyheter som har en avvikande åsikt än vår egen medan vi fortsätter vara godtrogna och okritiska när det kommer till nyheter som bekräftar vår egen ståndpunkt (Similä, 2017).

2.6. Sammanfattning och tillämpning

Det postfaktiska samhället har ställt värdet av fakta och sanning på sin spets. Lögner och förtal tycks inte längre ha samma avskräckande effekt på väljarna utan kan accepteras så länge budskapet känns tilltalande och bekräftar våra åsikter.

Det nya medielandskapet har medfört fördelarna med att kunna ta in nyheter från världens alla hörn och från olika källor med olika ståndpunkter. De nya medierna innebär även att falska nyheter kan få en snabb spridning, främst genom sociala medier där många har svårt att skilja

sant från falskt. De algoritmer som styr sociala medier så som Facebook innebär även att vi riskerar att fastna i filterbubblor som smalnar av vårt synfält och endast låter oss ta del av information som redan bekräftar våra ståndpunkter och för oss samman med likasinnade.

Allt detta gör det än svårare för oss att utmana våra medfödda instinkter att enbart ta till oss information som känns bekant och går i linje med det vi redan vet eller tror oss veta.

Konfirmeringsbias är en mekanism som ska underlätta vår bearbetning av information. Istället för att fastna i en allt för svårarbetad mängd intryck hjälper den oss att enkelt sälla bort det som antagligen inte berör oss och som därför inte har något att tillföra. Denna mekanism gör dock att vi kan förhindras av att ta del av den bredd som vårt informationssamhälle medför.

Denna studie undersöker hur konfirmeringsbias påverkar vår möjlighet att vara källkritisk till de nyheter vi blir presenterade. Studien utgår från teorin att människor styrs av konfirmeringsbias och att vi väljer efter våra förutfattade meningar snarare än efter informationens trovärdighet och sanningshalt i enlighet med de studier som utförts på Ohio State University. Liksom Karl Popper konstaterade i sina studier på 60-talet, utgår studien från att faktorer som ålder och utbildningsnivå inte påverkar den källkritiska förmågan, men däremot tas mediekonsumtionen upp som en eventuell påverkande faktor. Detta i enlighet med att medie- och informationskunnighet kan påverka vår källkritiska förmåga och att en hög mediekonsumtion därmed skulle kunna innebära en större medieträning och en ökad förmåga till källkritik.

Studien utgår från definitionen av termen falsk nyhet som en medveten förvanskad sanning inte bara som ett uttryck för fakta som inte är tilltalande för läsaren. De nyheter som klassats som falska i denna undersökning är befintliga artiklar som jag tydligt har förvanskat med falska fakta och påståenden. För att undvika effekten av nyhetskällan som visades i studien av Arendt, Northup och Camaj, där avsändaren avgjorde vilken artikel som tilltalade läsaren, har artiklarna i denna studie avidentifierats. Detta för att innehållet i artikeln är det som i första hand ska avgöra läsarens bedömning.

3. Material och metod

I följande avsnitt beskrivs de metodprinciper och det tillvägagångssätt som har använts vid genomförandet av studien för att pröva de hypoteser som angivits i inledningen. Här presenteras även det material som har använts vid genomförandet.

3.1. Kvantitativ ansats

Kvantitativ analys innebär att det insamlade materialet som används i studien kan tolkas i form av siffror. Analys av kvantitativa data har ofta som syfte att hitta strukturer och samband mellan variabler samt att pröva de hypoteser som har stipulerats i studiens syfte. I denna studie har hypoteser deducerats från teorin för att sedan prövas, vilket är ett vanligt förfarande inom den experimentella forskningen. De begrepp som är av intresse för studien måste vara mätbara och kan då betraktas som variabler som sedan kan jämföras för att hitta eventuella orsakssamband (Bryman 2011, ss. 150–154).

Då studiens syfte är att hitta samband mellan läsnarnas egna förutfattade meningar och deras förmåga till ett källkritiskt tänkande föll sig en kvantitativ ansats som det lämpliga valet. En kvantitativ analys är även ett lämpligt val för hypotesprövning.

3.2. Kvasiexperiment

Principiellt finns det två sätt att utforska omgivningen. Det ena är att observera utan att påverka, medan det andra är att utföra ett experiment genom att aktivt inverka på situationen för att få fram ett givande resultat. Ett experiment kräver någon form av stimuli och den respons som stimulansen utlöser är det som sedan mäts och analyseras. Genom att skapa de förutsättningar som krävs för att få svar på de frågor som studien behandlar försäkras vi oss om att resultatet blir relevant (Andersson 2012, ss. 83–84).

För att ett experiment ska ha validitet måste vissa parametrar uppnås. En sådan är att enheterna slumpmässigt ska delas in i en experimentgrupp samt en kontrollgrupp. En experimentell design där en sådan randomisering inte är möjlig benämns kvasiexperiment. Istället för kontrollgrupp används en jämförelsegrupp som är så lik experimentgruppen som möjligt förutom den variabel som studien ämnar undersöka (Dahmström 2011, s. 391). Då insamlingen av primärdata till denna studie inte uppfyller alla krav som tillhör ett klassiskt experiment är det ett kvasiexperiment som har utförts.

3.3. Population och urval

Vid kvantitativ forskning är ofta den population som skall undersökas för stor för att det ska vara genomförbart att ta med hela populationen i studien. Istället görs ett urval som får representera hela populationen. Urvalet kan göras enligt olika principer där en variant är det systematiska urvalet som innebär att man väljer enheter direkt från urvalsramen. Exempelvis väljs var tjugonde enhet med en slumpmässig startpunkt någonstans mellan 1 till 20 (Bryman 2011, ss. 178, 185).

Bekvämlighetsurval är ett annat sätt att enkelt göra ett urval med de personer som finns till hands, där snöbollsurval är en variant. Det innebär att ett antal människor som är relevanta för studien ombeds att delta, varpå dessa personer används för att få kontakt med fler respondenter. Problemet med denna princip är att urvalet sannolikt inte är representativt för populationen i helhet. Skall exempelvis attityder hos studenter studeras blir inte urvalet representativt om endast studenter som läser datateknik tillfrågas (Bryman 2011, ss. 194–196).

För att med säkerhet kunna mäta effekten av konfirmeringsbias vid läsning av nyhetsartiklar i medier, begränsades populationen i studien till personer som förväntas ha en stark övertygelse i sakfrågan som studiens utvalda artiklar berör. Då artiklarna berör veganism och köttkonsumtion har två grupper varit intressanta: de som kan förväntas ha en stark övertygelse emot och de som har en stark övertygelse för sakfrågan.

För att få tag i lämpliga kandidater till denna studie kontaktades ett antal personer med en känd övertygelse för sakfrågan, främst veganer och jägare, varpå dessa blev ombudda att sprida budskapet bland vänner samt genom andra lämpliga forum. Här spelade olika grupperingar på Facebook en viktig roll. Totalt deltog 30 personer i experimentgruppen. Som jämförelsegrupp valdes personer som inte ansågs sig ha en klar ståndpunkt i sakfrågan. Urvalet var även här ett bekvämlighetsurval då sannolikheten att alla utvalda personer trots allt skulle ha en stark övertygelse i sakfrågan tolkades som mycket liten. Därmed kunde dessa 15 personer betraktas som ett rimligt urval och fungerande representanter för allmänheten i stort.

3.4. Datainsamling

Deltagarna fick en kort introduktion om förfarandet och syftet med studien. Någon tidsaspekt har inte förekommit utan deltagarna fick själva bestämma hur mycket tid de ägnade materialet, vilket var mellan 15–25 minuter. Någon interaktion mellan deltagarna fick inte förekomma under experimentets utförande och inga hjälpmedel fick användas.

Materialet bestod av ett häfte med åtta kortare artiklar (190–480 ord) där hälften av artiklarna hade en inriktning för veganism medan de återstående var för köttkonsumtion (Bilaga 1). Två av varje inriktning var falska medan de andra två hade hög sanningshalt. Artiklarna var avidentifierade så att det inte gick att utläsa vem som var skribent samt inte heller var och när de var publicerade. Till varje artikel fick deltagarna bedöma trovärdigheten hos källan samt sanningshalten i artikeln enligt en femgradig Likertskala. Därefter fick deltagarna fylla i ett frågeformulär även detta efter en Likertskala.

De artiklar som i studien har klassats som falska är alla baserade på befintliga artiklar där väsentliga faktauppgifter har förvanskats för att passa studiens syfte. Övriga artiklar ingick i studien i sitt befintliga skick (Bilaga 2).

3.5. Variabler

Frågeformuläret som används i studien innehåller frågor vars variabler kan kategoriseras i tre olika typer: intervallvariabler, ordinalvariabler och nominalvariabler.

Intervallvariabler är variabler där avståndet mellan kategorierna är lika överallt. I den här studien är frågan om deltagarens ålder en sådan variabel. Som ordinalvariabler kategoriseras de variabler som kan rangordnas, men där avståndet mellan kategorierna inte är detsamma över hela skalan. Här återfinns studiens frågor kring attityder, utbildning och medievanor. Nominalvariabler är variabler med kategorier som inte går att rangordna. Studiens frågor om kön, sysselsättning samt politisk övertygelse är sådana variabler (Bryman 2011, s. 157).

Vid mätning av attityder är Likertskalan en vanlig teknik. En rad påståenden görs varpå respondenten ombeds ange i vilken grad som denne håller med om påståendet. Ofta används en femgradig skala som sträcker sig från ”håller med helt och hållet” till ”håller inte alls med” men kan lika gärna handla om frekvens där skalan istället är från ”aldrig” till ”alltid”. Svaren kodas sedan med en siffra som sammanställs för att bedöma respondenternas attityder (Bryman 2011, s. 157).

3.6. Analysmetod

För att analysera kvantitativa data och undersöka samband mellan två variabler används ofta bivariat analys. För att kontrollera om det förekommer falska samband kan även en tredje variabel analyseras i en så kallad trivariat analys. Ett skensamband som skulle kunna föreligga är att förmågan till kritiskt granskande samvarierar med ålder i denna undersökning, när det egentligen kanske handlar om utbildningsnivå som råkar korrelera med åldern. En 15-åring har vanligen inte hunnit slutföra en högskoleutbildning (Johannessen och Tufte 2003, ss. 193–196).

För de bivariata analyserna har studien använt sig av korstabeller som är en enkel metod för att jämföra olika typer av variabler. I en korstabell visas hur svaren fördelar sig på varje enskild variabel samt hur de fördelar sig på variabelkombinationerna. I de fall där kontroll av eventuella skensamband har förekommit, har en trivariat analys utförts där en variabel hålls konstant för att sedan vända på förhållandet och hålla den andra variabeln konstant (Johannessen och Tufte 2003, ss. 180–181, 196). Huvuddelen av dataanalyserna har genomförts med statistikprogrammet IBM SPSS Statistics.

3.7. Reliabilitet och validitet

En av grundbultarna i forskning är att all data är tillförlitlig och representativ. Reliabilitet berör studiens insamlingssätt av data och hur den används. För att kontrollera reliabiliteten kan forskaren upprepa samma undersökning vid flera tillfällen eller låta en annan forskare utföra samma sak. Stämmer de båda undersökningstillfällena överens kan det antas att reliabiliteten är god (Johannessen och Tufte 2003, ss. 28–29).

Denna studie utgår från endast ett testtillfälle. Om experimentet skulle upprepas med samma personer vid ytterligare ett tillfälle skulle resultatet sannolikt inte överensstämma då undersökningen delvis bygger på att deltagarna inte har fullständig information om varför testet genomförs vid själva genomförandet. Den vetskapen skulle kunna påverka resultatet vid en andra testomgång. Reliabiliteten uppnås istället av att formuläret som testdeltagarna får fylla i är strukturerat på ett sådant sätt att tolkningsutrymmet för både deltagare och forskare är mycket litet. Därmed är förutsättningen god att resultatet skulle bli detsamma om experimentet skulle utföras av en annan forskare.

Begreppet validitet berör hur relevanta och giltiga insamlade data är för den forskningsfråga man är satt att undersöka. Validitet kan delas upp i delbegreppen begreppsvaliditet, intern validitet samt extern validitet.

- Begreppsvaliditet rör frågan om insamlade data verkligen representerar det undersökta fenomenet.
- Intern validitet behandlar frågan om de samband undersökningen visar på är kausala relationer och att det inte bara rör sig om ett skensamband.
- Extern validitet belyser frågan om huruvida undersökningens resultat kan appliceras generellt på hela populationen (Bryman 2011, ss. 50–51).

I denna studie har begreppsvaliditet uppnåtts genom att försäkra sig om att deltagarna tillhör en grupp med en tydlig ståndpunkt och goda kunskaper i det ämne som artiklarna i undersökningen avhandlar. På så sätt bekräftas det att det verkligen är konfirmeringsbias som mäts. Beträffande intern validitet finns det uppenbara risker i denna studie att de samband som påvisas inte är kausala. Detta motverkas genom att pröva sambanden genom trivariat analys. När det gäller extern validitet har den här undersökningen en svaghet då den har en sådan begränsad mängd deltagare. Det gör att resultatet inte med säkerhet kan appliceras på hela populationen utan istället får ses som en tendens och ett uppslag för en större studie.

För att få ett begrepp om resultatens statistiska signifikans, det vill säga huruvida resultatet är applicerbart på populationen som helhet har ett chi-2-test utförts. Det innebär att ett förväntat värde räknas ut för att sedan jämföras med det faktiska värdet. Även om denna typ av tester brukar rekommenderas att utföras enbart när ett slumpmässigt urval har gjorts ur populationen, kan dessa mått ge en indikation på om resultatet är statistiskt signifikant även vid ett bekvämlighetsurval som är fallet med denna studie (Bryman 2011, s. 335).

3.8. Etiska aspekter

Forskning bör bedrivas enligt etiska riktlinjer och principer. Etiska problem uppstår när forskningen får konsekvenser för andra människor inte minst vid datainsamling.

Vetenskapsrådet har därför utformat riktlinjer där fyra allmänna huvudkrav har formulerats:

- Informationskrav
- Samtyckeskrav
- Konfidentialitetskrav
- Nyttjandekrav

Forskaren ska informera deltagarna om forskningens syfte och även försäkra sig om att deltagaren lämnar sitt samtycke. Deltagande personer ska garanteras största möjliga konfidentialitet och insamlade uppgifter får endast användas för forskningsändamål (Johannessen och Tufte 2003, ss. 59–63).

För att uppfylla de etiska kraven informerades deltagarna innan undersökningen att experimentet innebar att de skulle bedöma trovärdigheten och sanningshalten i några nyhetsartiklar som behandlade ett ämne som de var familjära med. De fick även reda på att deltagandet var frivilligt och att de skulle förbli anonyma studien igenom. Efter att de avslutat sessionen fick de ytterligare information om studiens syfte samt vilka artiklar som var sanna respektive falska.

4. Analys

Nedan presenteras en analys av resultatet från det insamlade underlaget. Inledningsvis presenteras deltagargruppernas sammansättning följt av en analys av effekten av konfirmeringsbias samt hur mediekonsumtionen påverkar analysresultatet.

4.1. Deltagargrupper

De tre deltagargrupperna jägare, veganer och jämförelsegrupp, sammanlagt 45 stycken med 15 stycken i varje grupp, var fördelade enligt nedan:

Tabell 4.1. Könsfördelning mellan respondenterna.

Kvinnor	26
Män	19

Tabell 4.2. Åldersfördelning mellan respondenterna.

15–29 år	11
30–44 år	13
45–59 år	14
60–74 år	4
75–89 år	3

Tabell 4.3. Respondenternas huvudsakliga sysselsättning.

Studerande	11
Förvärvsarbete	26
Arbetslös	2
Pensionär	6

Tabell 4.4. Utbildningsnivå hos respondenterna.

Gymnasium	18
Eftergymnasial utbildning	6
Högskola 3 år	12
Högre studier	9

Tabell 4.5. Politisk övertygelse hos respondenterna.

Stark vänster	4
Vänster	11
Mitten	15
Höger	12
Stark höger	3

Trots studiens snöbollsurval finns det en spridning bland respondenterna vad gäller kön, ålder, sysselsättning, utbildningsnivå och politisk inriktning. I gruppen jägare var dock medelåldern

högre än i gruppen veganer som helt saknade representanter i de två äldsta åldersgrupperna. Även könsfördelningen var skev i de båda experimentgrupperna, där jägarna var övervägande män och veganerna var övervägande kvinnor. Experimentgruppernas ålder- och könsfördelning kan dock mycket väl vara en sann representation av populationen som helhet då jägarkåren till stor del består av äldre män och veganism kan antas vara mer utbredd bland yngre (Alexis, 2015). Undantaget är övervikten av kvinnor i vegangruppen, där könsfördelningen borde ha varit jämn (Hemmilä, 2016).

4.2. Artiklarnas sanningshalt och källans trovärdighet

Frågeformuläret i studien bestod av åtta stycken artiklar fördelade enligt följande: två sanna pro veganism, två falska pro veganism, två sanna pro köttkonsumtion samt två falska pro köttkonsumtion (Bilaga 1). För varje artikel bedömde deltagarna källans trovärdighet och artikelns sanningshalt utifrån givna instruktioner. Då sammanställningen av analysmaterialet visade att majoriteten av deltagarna valt samma alternativ för både trovärdigheten hos källan och sanningshalten i artikeln kommer endast den senare att redovisas här. Tabellerna redovisar varje artikel för sig, men för att få en ökad visibilitet har artiklar av samma artikeltyp redovisats tillsammans i de efterföljande diagrammen.

För varje artikel har ett Chi-2-värde beräknats för att bedöma den statistiska signifikansen. Värdet förhåller sig till antalet kolumner och rader i korstabellen och utifrån en tabell med standardvärden kan det kritiska värdet för en viss signifikansnivå utläsas. I detta fall är det kritiska värdet 15,507 för en signifikansnivå på 0,05 och det är detta värde som ska överskridas för att analysen ska kunna betraktas som statistiskt signifikant. Det betyder att det med 95-procentig säkerhet är sannolikt att resultatet inte är slumpmässigt (Jones, 1996).

För att undvika eventuella tolkningsskillnader hos respondenterna vad gäller Likertskalan redovisas svarsalternativen ”liten” och ”mycket liten” tillsammans som ”låg tilltro”. På samma vis redovisas svarsalternativen ”stor” och ”mycket stor” tillsammans som ”hög tilltro”.

Artikeltyp ett som klassats som sanna artiklar som är positiva jämt mot veganism består av artikel fyra och sex i frågeformuläret. Rubrikerna är ”Köttfritt – positivt, om det är genomtänkt” samt ”Chalmersforskarnas råd: Bli vegan och rädda klimatet”.

Tabell 4.6. Upplevd sanningshalt för artikel 4: sann pro veganism.

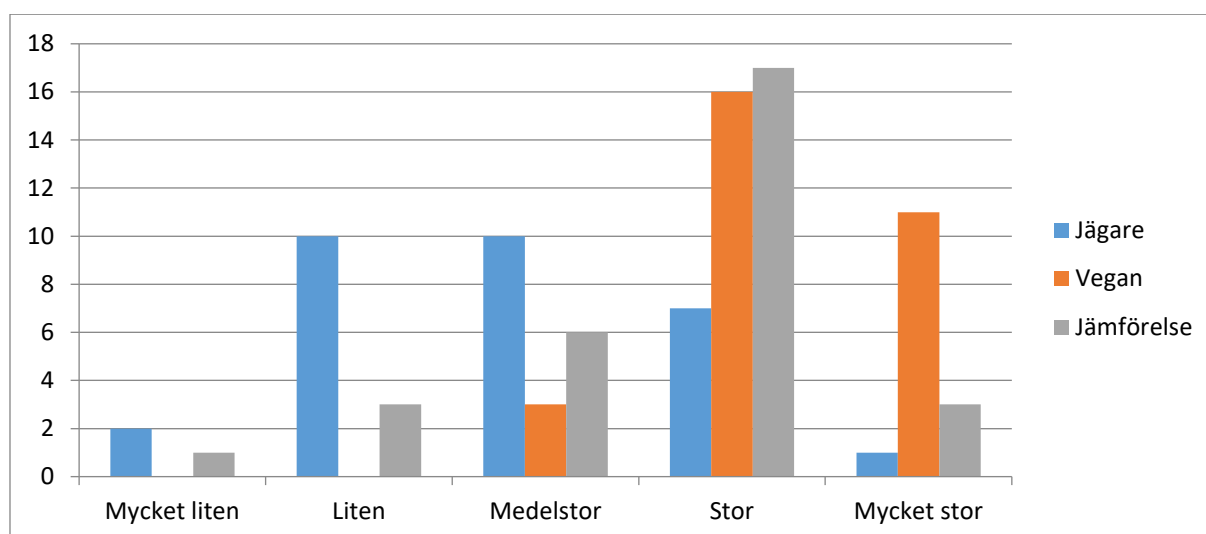
Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	0 %	0 %	7 %	2 %
Liten	33 %	0 %	0 %	11 %
Medelstor	33 %	20 %	20 %	24 %
Stor	27 %	33 %	53 %	38 %
Mycket stor	7 %	47 %	20 %	24 %

(Chi-2: 19,348)

Tabell 4.7. Upplevd sanningshalt för artikel 6: sann pro veganism.

Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	13 %	0 %	0 %	4 %
Liten	33 %	0 %	20 %	18 %
Medelstor	33 %	0 %	20 %	18 %
Stor	20 %	73 %	60 %	51 %
Mycket stor	0 %	27 %	0 %	9 %

(Chi-2: 26,022)



Figur 4.1. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 1: sann pro veganism.

I tabell 4.6 kan utläsas att 33 % av jägarna har låg tilltro till artikel fyras sanningshalt och att 34 % av jägarna har en hög tilltro till innehållet i artikeln. Veganerna fördelar sig på 0 % med låg tilltro och 80 % med hög tilltro till sanningshalten. Här syns således effekten av konfirmeringsbias klart.

I tabell 4.7 ses jägarnas tilltro till artikel sex fördelat på 46 % med låg tilltro och 20 % med hög tilltro. I vegangruppen har ingen deltagare låg tilltro till artikelns sanningshalt, men hela 100 % har en hög tilltro. Även denna artikel följer det förväntade mönstret.

I figur 4.1 syns det tydligt att veganerna har en större tilltro till denna artikelkategori än vad jägarna har, helt enligt teorin om konfirmeringsbias. Jämförelsegruppen visar ett resultat som lutar åt en normalfördelningskurva något förskjuten åt höger, vilket kan ses som förväntat då artikeln har en hög sanningshalt.

Artikeltyp två som klassats som falska artiklar som är positiva jämt mot veganism består av artikel två och åtta i frågeformuläret. Rubrikerna är ”Norsk varning: Barn får lägre IQ av älgkött” samt ”Mindre cancerrisk utan kött”.

Tabell 4.8. Upplevd sanningshalt för artikel 2: falsk pro veganism.

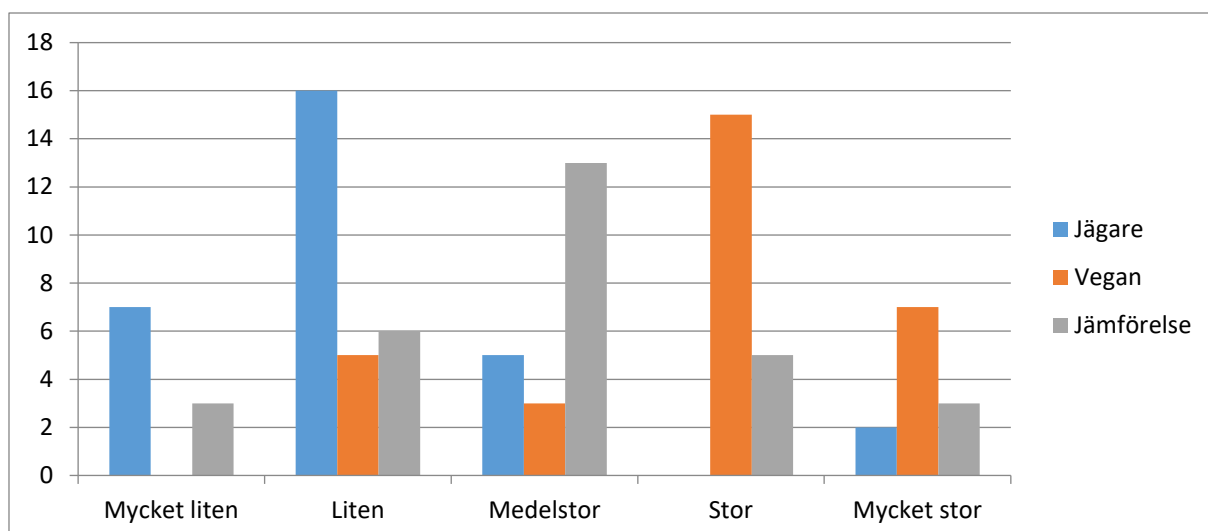
Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	27 %	0 %	20 %	16 %
Liten	53 %	27 %	27 %	36 %
Medelstor	13 %	20 %	40 %	24 %
Stor	0 %	47 %	7 %	18 %
Mycket stor	7 %	7 %	7 %	7 %

(Chi-2: 18,828)

Tabell 4.9. Upplevd sanningshalt för artikel 8: falsk pro veganism.

Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	20 %	0%	0 %	7 %
Liten	53 %	7 %	13 %	24 %
Medelstor	20 %	0 %	47 %	22 %
Stor	0 %	53 %	27 %	27 %
Mycket stor	7 %	40 %	13 %	20 %

(Chi-2: 33, 885)



Figur 4.2. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism.

Tabell 4.8 visar att 80 % av jägarna har låg tilltro till sanningshalten i artikel två och att 7 % av jägarna har en hög tilltro till innehållet i artikeln. Veganerna har en något jämnare fördelning med 27 % med låg tilltro och 54 % med hög tilltro.

Likaså i tabell 4.9 syns en klar övervikt åt det negativa vad gäller jägarnas tilltro till artikel fyras sanningshalt fördelat på 73 % låg tilltro och 7 % hög tilltro. Vegangruppen visar på det motsatta med 7 % med låg tilltro till artikelns sanningshalt och hela 93 % med hög tilltro.

Även i artikelkategori två syns den förväntade fördelningen mellan jägare och veganer, vilket visas i figur 4.2. Jämförelsegruppen fortsätter visa ett resultat som lutar åt en normalfördelningskurva, men denna gång utan en förskjutning. Deras tilltro till de falska artiklarna minskade således i jämförelse med de sanna.

Artikeltyp tre som klassats som sanna artiklar som är positiva jämt mot köttkonsumtion består av artikel tre och fem i frågeformuläret. Rubrikerna är "Betande djur ger rik natur" samt "Veganer inte mycket klimatsmartare".

Tabell 4.10. Upplevd sanningshalt för artikel 3: sann pro köttkonsumtion.

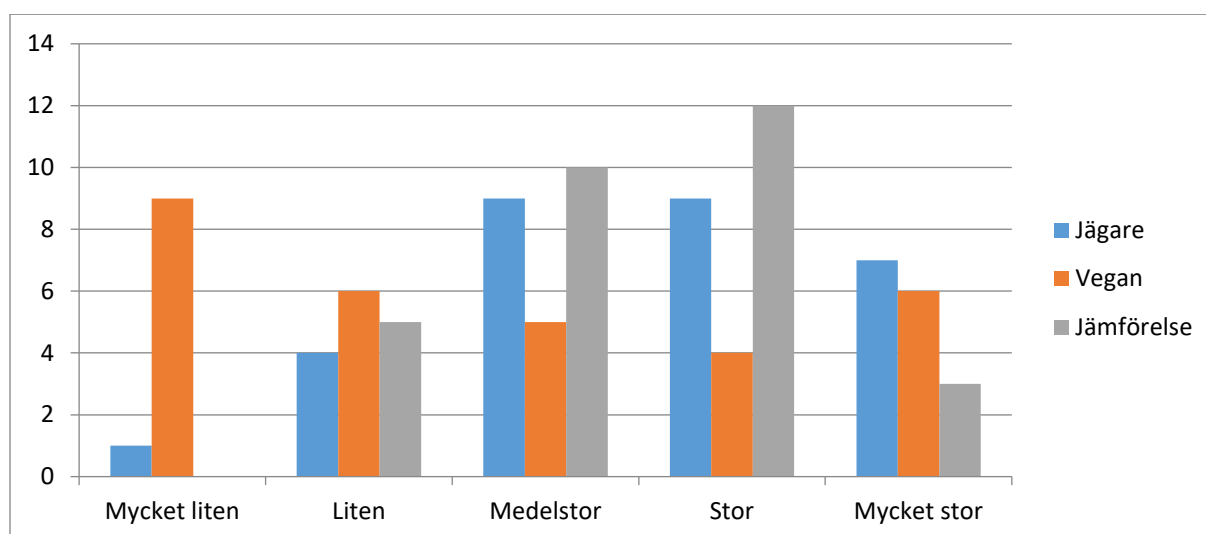
Artikeln sanningshalt	Deltagarkategori			Total
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	
Mycket liten	0 %	7 %	0 %	2 %
Liten	13 %	13 %	13 %	13 %
Medelstor	27 %	20 %	20 %	22 %
Stor	33 %	20 %	47 %	33 %
Mycket stor	27 %	40 %	20 %	29 %

(Chi-2: 4,877)

Tabell 4.11. Upplevd sanningshalt för artikel 5: sann pro köttkonsumtion.

Artikeln sanningshalt	Deltagarkategori			Total
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	
Mycket liten	7 %	53 %	0 %	20 %
Liten	13 %	27 %	20 %	20 %
Medelstor	33 %	13 %	47 %	31 %
Stor	27 %	7 %	33 %	22 %
Mycket stor	20 %	0 %	0 %	7 %

(Chi-2: 26,648)

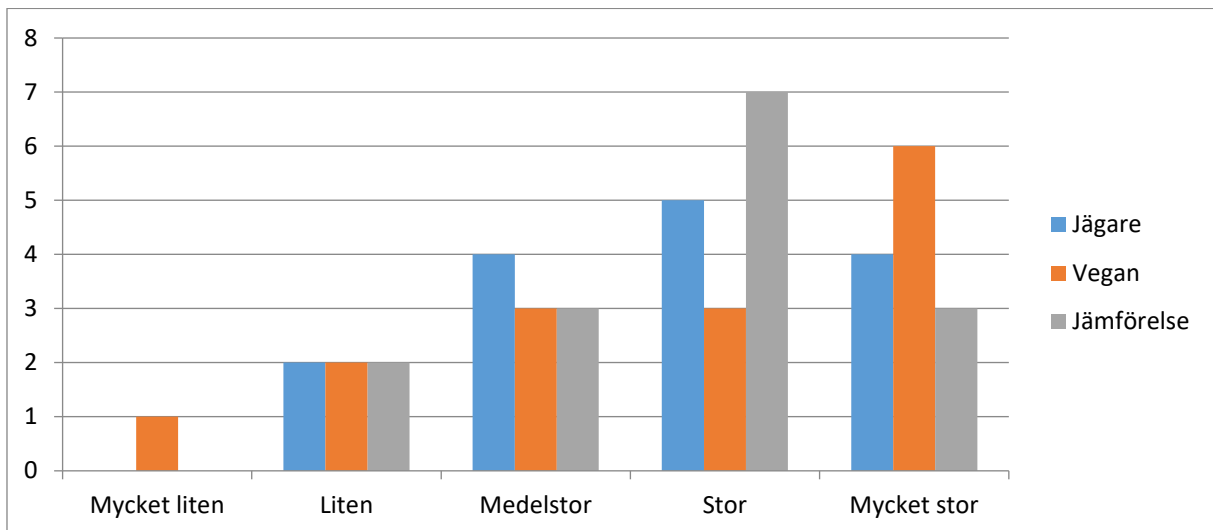


Figur 4.3. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 3: sann pro köttkonsumtion.

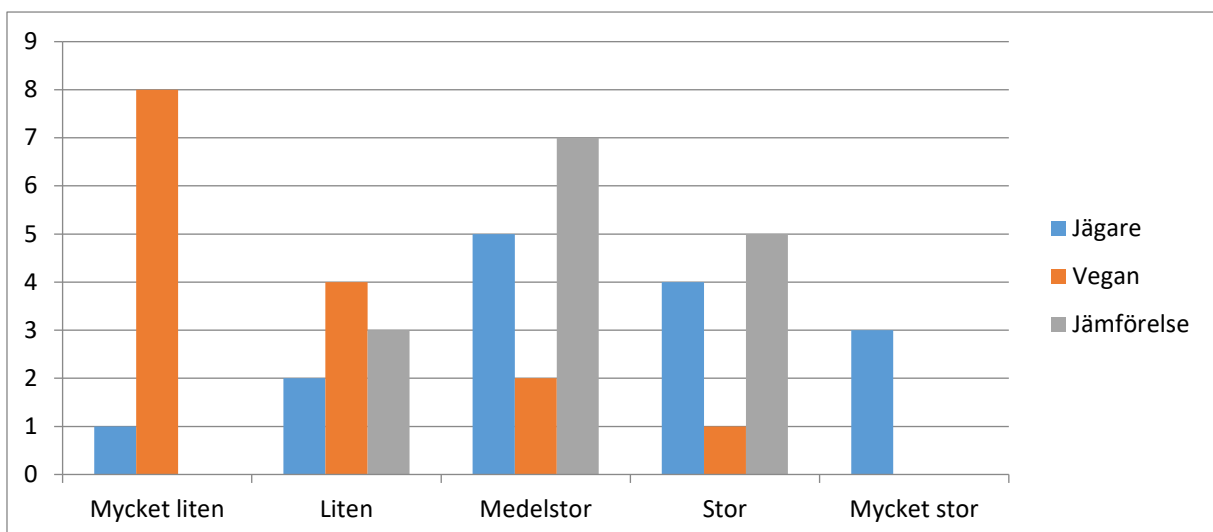
Tabell 4.10 visar resultatet för artikel tre, vilken inte följer samma trend som tidigare artiklar. Även om 60 % av jägarna har en hög tilltro till artikelns sanningshalt och 13 % har låg tilltro till artikeln har veganerna hela 60 % med hög tilltro och endast 20 % med låg tilltro till sanningshalten i artikeln. Båda grupperna får följaktligen ett likartat resultat, vilket inte var väntat.

I tabell 4.11 är ordningen återställd med 47 % av jägarna med hög tilltro och 20 % med låg tilltro till sanningshalten hos artikel fem. Veganerna fördelar sig på 7 % med hög tilltro men med så mycket som 80 % med låg tilltro.

I sammanställningen för artikelkategori tre som visas i figur 4.3 blir resultatet därmed splittrat. Jämförelsegruppen får en förskjuten kurva åt höger, vilket är förväntat då artiklarna är sanna. Jägarnas sammanställda resultat får en dragning åt höger om än inte lika kraftigt som förväntat. Vegangruppen får en i stort sett jämn fördelning över hela skalan. För att tydligare visa på artiklarnas olika resultat särredovisas artikel tre och fem nedan i figur 4.4 samt figur 4.5.



Figur 4.4. Upplevd sanningshalt för artikel 3: sann pro köttkonsumtion.



Figur 4.5. Upplevd sanningshalt för artikel 5: sann pro köttkonsumtion.

Figureerna ovan visar tydligt att det är artikel tre som sticker ut med ett särskiljande resultat, medan artikel fem fortfarande följer det förväntade mönstret med jägare och veganer tydligt polariserade. Problemet med artikel tre kommer diskuteras vidare i nästa kapitel.

Artikeltyp fyra som klassats som falska artiklar som är positiva jämt mot köttkonsumtion består av artikel ett och sju i frågeformuläret. Rubrikerna är "Ny studie: Vegetarisk kost kopplas till depression" samt "Våga välja vilt?".

Tabell 4.12. Upplevd sanningshalt för artikel 1: falsk pro köttkonsumtion.

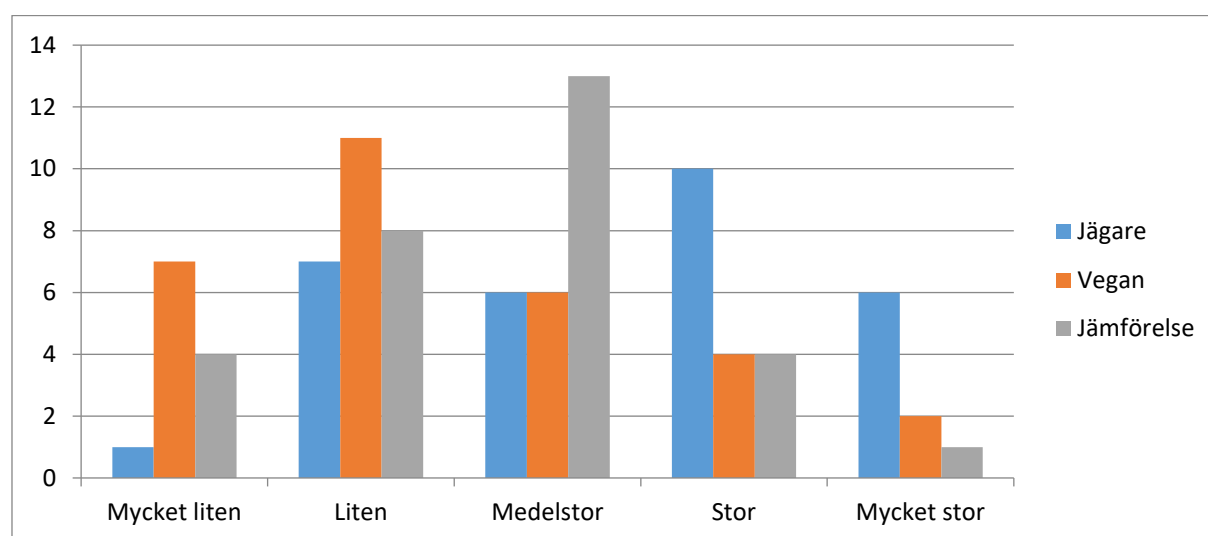
Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	7 %	27 %	20 %	18 %
Liten	33 %	47 %	40 %	40 %
Medelstor	13 %	13 %	33 %	20 %
Stor	27 %	7 %	7 %	13 %
Mycket stor	20 %	7 %	0 %	9 %

(Chi-2: 10,583)

Tabell 4.13. Upplevd sanningshalt för artikel 7: falsk pro köttkonsumtion.

Artikels sanningshalt	Deltagarkategori			
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp	Total
Mycket liten	0 %	20 %	7 %	9 %
Liten	13 %	27 %	13 %	18 %
Medelstor	27 %	27 %	53 %	36 %
Stor	40 %	20 %	20 %	27 %
Mycket stor	20 %	7 %	7 %	11 %

(Chi-2: 9,600)



Figur 4.6. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion.

I tabell 4.12 kan utläsas att 40 % av jägarna har låg tilltro till sanningshalten i artikel ett och att 47 % av jägarna har en hög tilltro till artikeln. 74 % av veganerna har låg tilltro och endast 14 % har hög tilltro till sanningshalten.

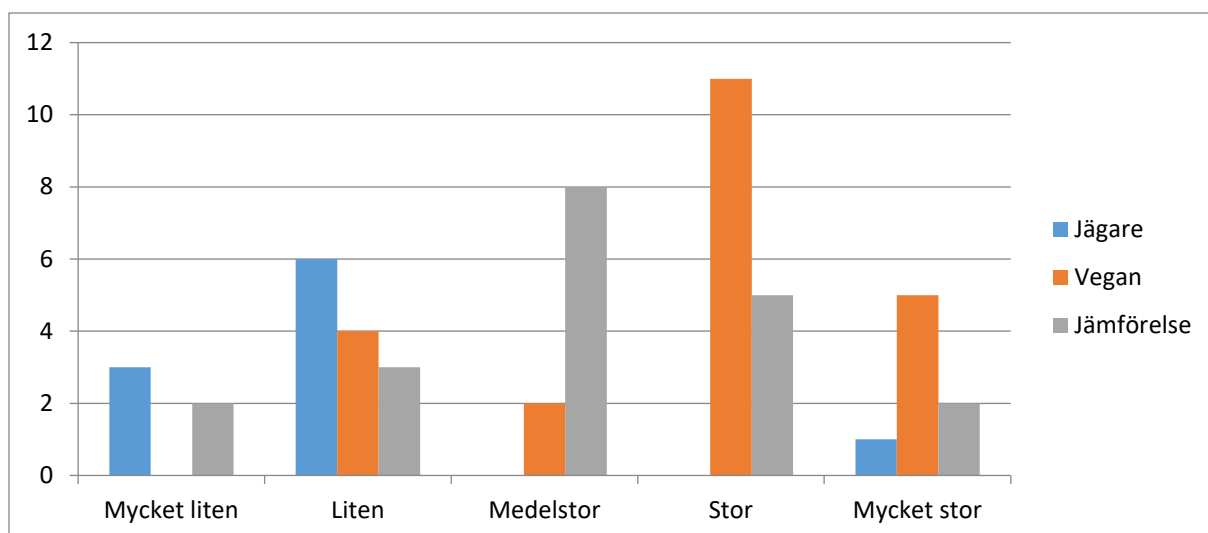
Tabell 4.13 visar hur jägarnas tilltro till artikel sju är fördelat på 13 % med låg tilltro och 60 % med hög tilltro. Vegangruppen visar en fördelning med 20 % med hög tilltro och 27 % med låg tilltro till artikelns sanningshalt.

I figur 4.6 syns den förväntade fördelningen i artikelgrupp fyra med jägargruppen övervägande till höger och vegangruppen huvudsakligen till vänster, om än inte lika tydligt som i de två första artikelgrupperna. Jämförelsegruppen får liksom tidigare en normalfördelningskurva även om det finns en dragning åt vänster, vilken hade kunnat förväntats vara större då artiklarna är falska.

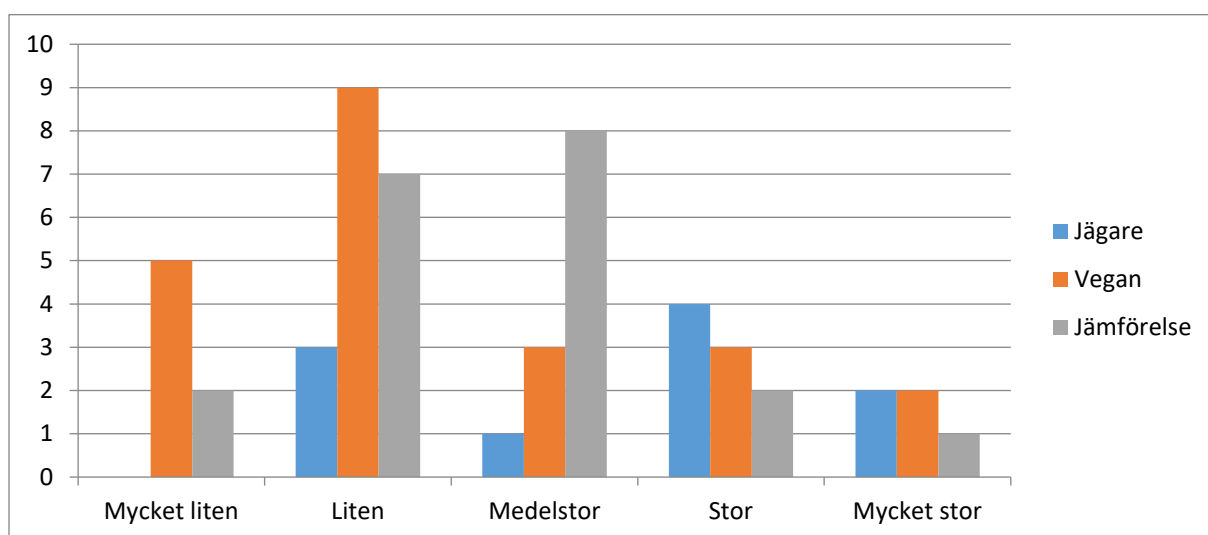
4.3. Skensamband

För att säkerställa att det inte förekommer några skensamband i analysen över deltagarnas upplevda sanningshalt hos artiklarna har en trivariat analys genomförts där kontrollvariabler har hållits konstanta för att undersöka om dessa har någon inverkan på analysresultatet. Endast de två falska artikelgrupperna kommer kontrolleras, då det är dessa grupper som torde vara mest intressanta i frågan om påvisad konfirmeringsbias. En begränsning i urvalet av kontrollvariabler har gjorts med endast det numerärt största segmentet inom respektive utvald variabel med representanter i alla tre deltagartyper har använts. I kontrollvariabeln utbildningsnivå har dock samtliga med högskoleutbildning slagits samman och analyserats.

Den första variabeln som undersökts på detta sätt är deltagarnas kön. I figur 4.7 och 4.8 nedan visas hur den numerärt största könsgruppen, som är kvinnor, fördelar sig i de två artikeltyperna som innehåller falska artiklar. Jämfört med resultatet för hela experimentgruppen är resultatet för gruppen kvinnor snarlikt med samma polarisering mellan jägare och veganer. Även jämförelsegruppens resultat fördelar sig på samma sätt för både kvinnogruppen och den totala deltagargruppen.

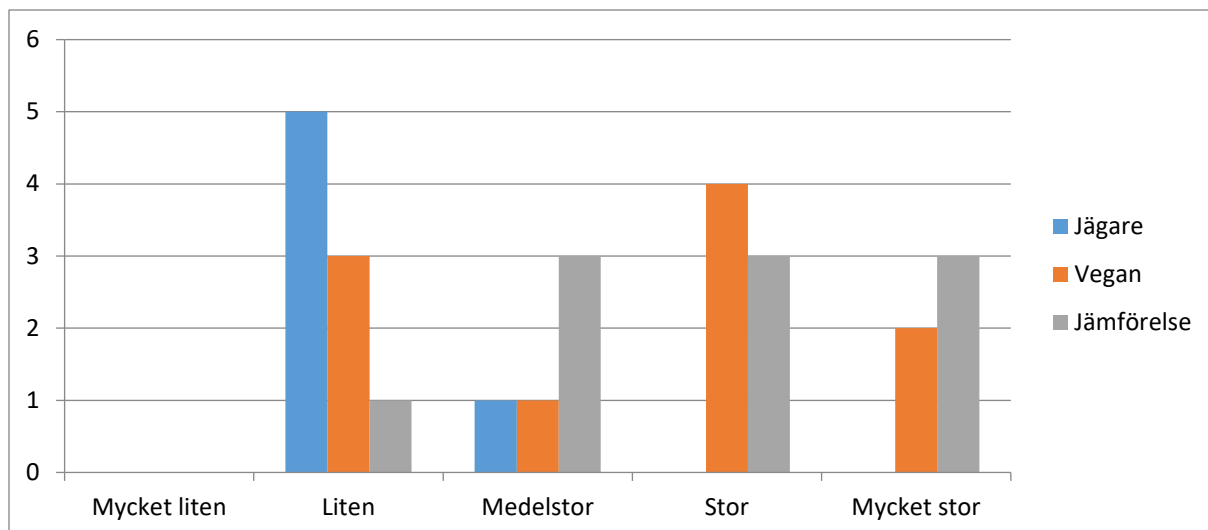


Figur 4.7. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism i könskategorin kvinnor.

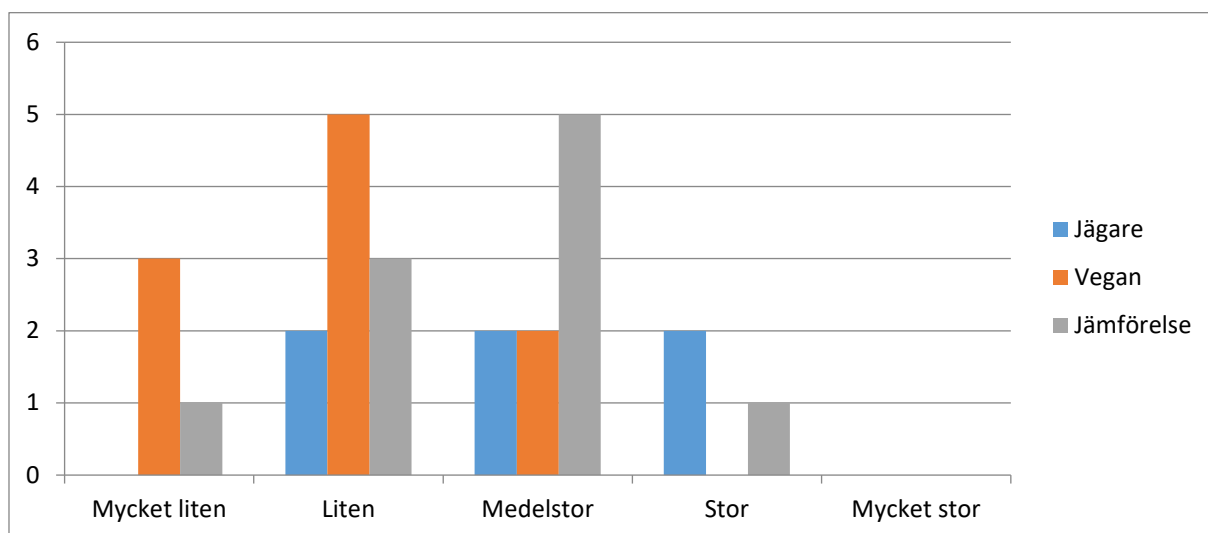


Figur 4.8. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion i könskategorin kvinnor.

Den andra variabeln som undersökts för att påvisa eventuella skensamband är deltagarnas ålder. I figur 4.9 och 4.10 visas hur den numerärt största åldersgruppen, som åldersspannet 30–44 år, fördelar sig i de två artikeltyperna som innehåller falska artiklar. Polariseringen mellan jägare och veganer syns även i det utvalda åldersspannet även om liknelsen mellan åldersgruppen och den totala experimentgruppen inte är lika slående som tidigare. Detta kan dock härledas till åldersgruppens få deltagare, vilket får en enskild deltagares resultat att få stor genomslagskraft.

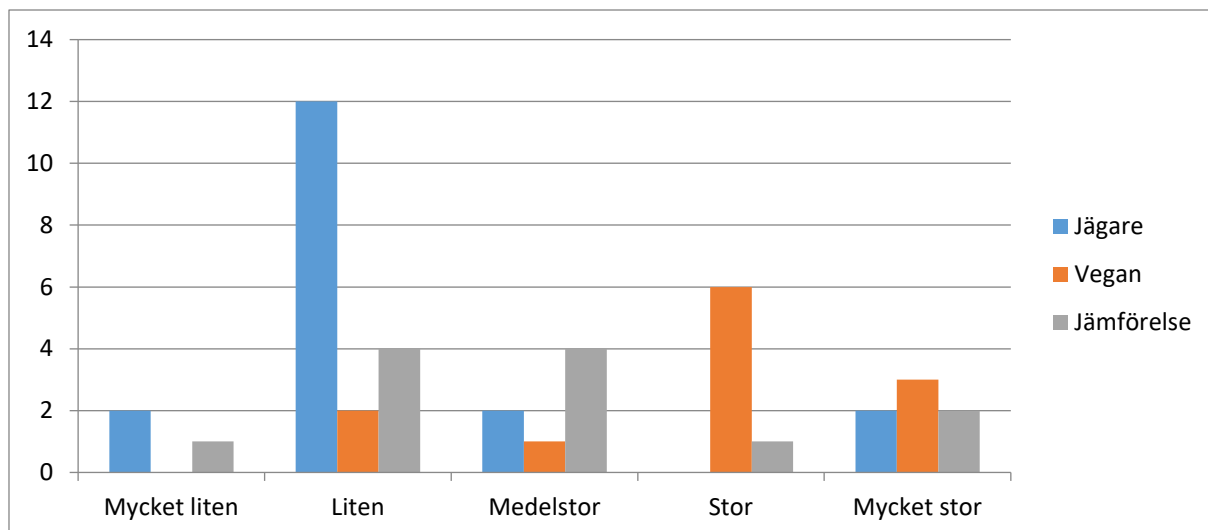


Figur 4.9. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism i åldersgruppen 30–44 år.

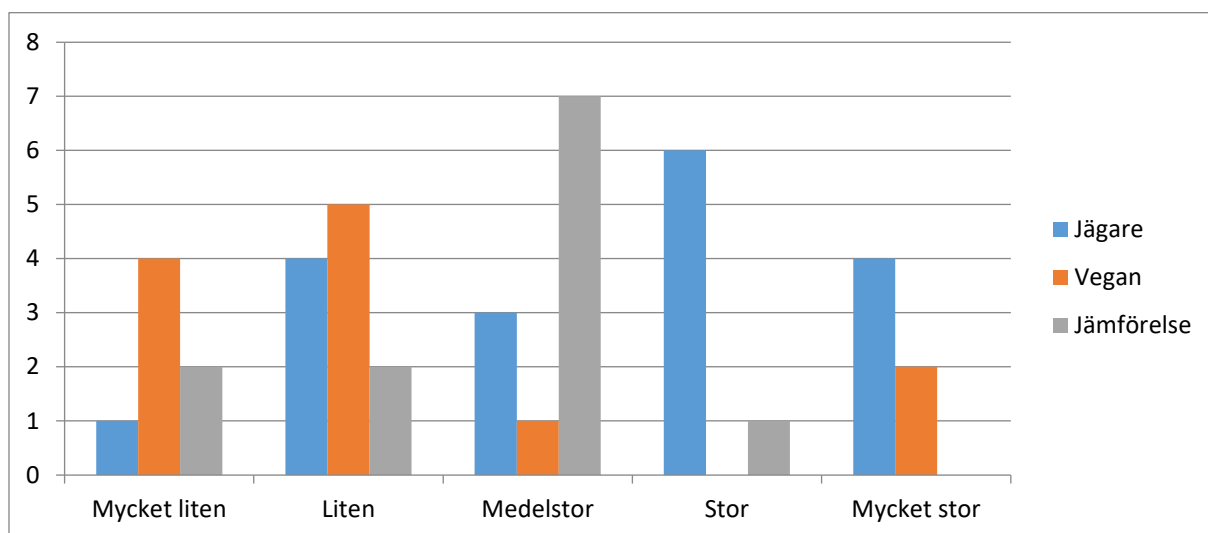


Figur 4.10. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion i åldersgruppen 30–44 år.

Den tredje och sista variabeln som undersökts för att påvisa eventuella skensamband är deltagarnas utbildningsnivå. I figur 4.11 och 4.12 visas hur deltagare med högskoleutbildning, treårig såväl som högre studier, fördelar sig i de två artikeltyperna som innehåller falska artiklar. Även vad gäller denna urvalsgrupp syns polariseringen och likheten med graferna för den totala experimentgruppen likväl som för jämförelsegruppen.



Figur 4.11. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med högskoleutbildning.

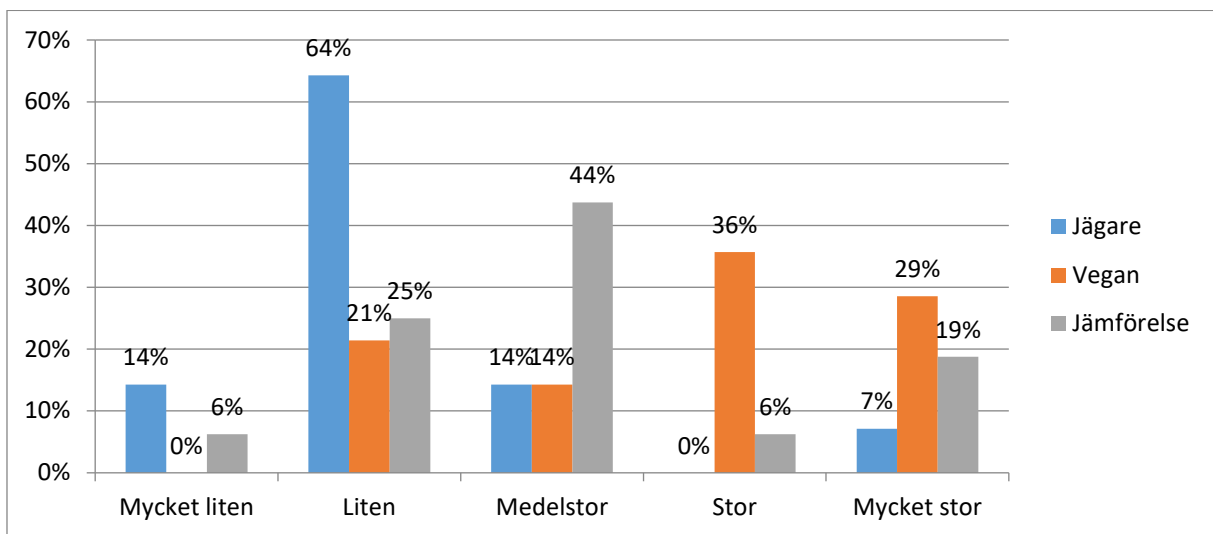


Figur 4.12. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med högskoleutbildning.

Sammanfattningsvis görs slutsatsen att skensamband inte verkar föreligga utifrån testerna med variablerna kön, ålder och utbildningsnivå och att dessa variabler inte påverkat inverkan av konfirmeringsbias. Då majoriteten av deltagarna i studien hade en politisk övertygelse som låg centrerad från svag vänster till svag höger utan någon större numerär kring ytterligheterna stark vänster och stark höger, har variabeln politisk inriktning inte undersökts vidare. Ett eventuellt påvisat samband skulle inte kunna betraktas som tillräckligt kausalt.

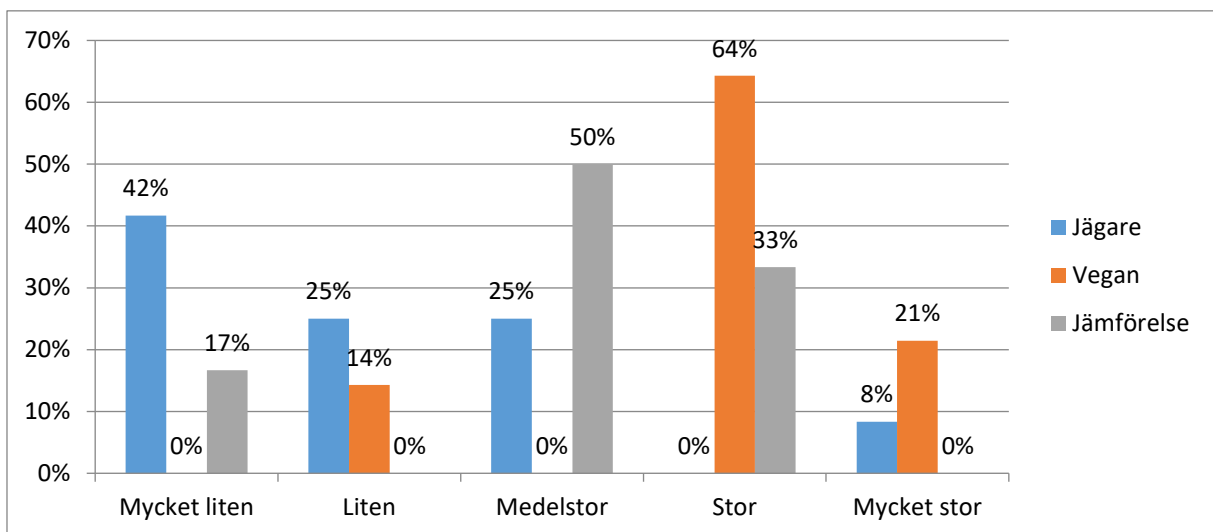
4.4. Mediekonsumtion

För att se om det finns ett samband mellan deltagarnas mediekonsumtion och deras förmåga till källkritik har deras konsumtion av olika medier sammanställts i en total utan inbördes viktning av de olika medietyperna. Ett medianvärde har beräknats och de som hade en sammanslagen mediekonsumtion över medianvärdet betraktades som deltagare med hög mediekonsumtion. Hur denna grupp fördelar sig procentuellt på varje deltagartyp på de två artikeltyperna med falska artiklar syns i diagrammen nedan. Motsvarande resultat visas även för gruppen med en låg mediekonsumtion som låg under medianvärdet. Grupperna var numerärt olika varför presentationen görs i procent.



(Chi-2: 19,397)

Figur 4.13. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med hög mediekonsumtion.



(Chi-2: 26,532)

Figur 4.14. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 2: falsk pro veganism hos deltagare med låg mediekonsumtion.

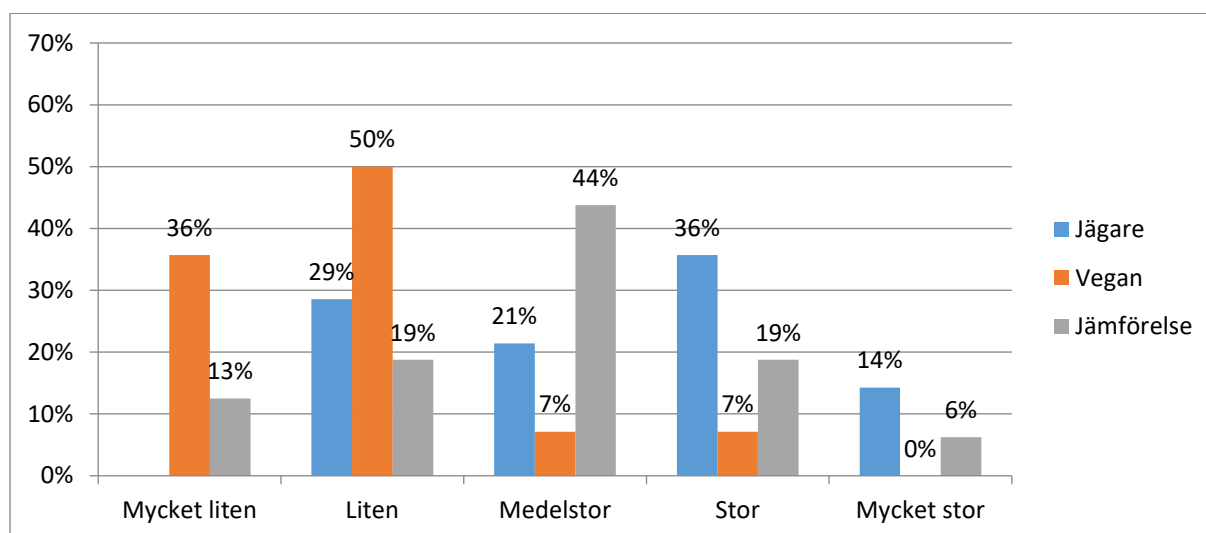
Deltagargrupperna veganer och jägare lyckas något bättre med att avslöja de falska veganartiklarna när de har en hög mediekonsumtion jämt mot de med en låg mediekonsumtion, vilket visas i figur 4.13 och 4.14. Detsamma gäller för jämförelsegruppen. Detta har tydliggjorts nedan i tabell 4.14.

Tabell 4.14. Tilltro till artikeltyp 2: falsk pro veganism fördelat på mediekonsumtion.

Låg tilltro	Deltagarkategori		
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp
Hög mediekonsumtion	78%	21%	31%
Låg mediekonsumtion	67%	14%	17%
Hög tilltro			
Hög mediekonsumtion	7%	65%	25%
Låg mediekonsumtion	8%	85%	33%

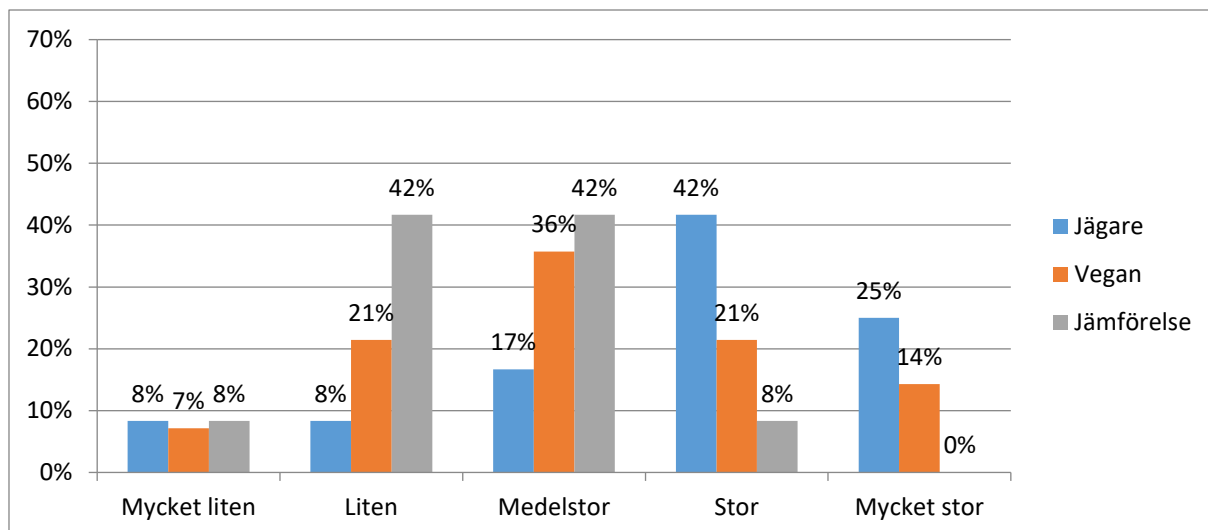
Då artiklarna av artikeltyp två är falska bör procentsatsen för låg tilltro vara så hög som möjligt, medan procentsatsen för hög tilltro bör vara låg för att visa att deltagarna har lyckats med att källkritiskt granska artiklarna.

Samma förfarande applicerades även på de falska artiklarna som är positiva mot köttkonsumtion, vilket visas i figur 4.15 och 4.16.



(Chi-2: 17,199)

Figur 4.15. Upplevd samningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med hög mediekonsumtion.



(Chi-2: 9,919)

Figur 4.16. Upplevd sanningshalt för artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion hos deltagare med låg mediekonsumtion.

Vegangruppen med hög mediekonsumtion lyckas markant bättre med att identifiera de falska köttartiklarna jämt mot de med en låg mediekonsumtion. Även jägare med hög mediekonsumtion lyckas bättre än de med låg mediekonsumtion om än inte lika framträdande. Jämförelsegruppen får dock ett omvänt resultat vilket syns nedan i tabell 4.15.

Tabell 4.15. Tilltro till artikeltyp 4: falsk pro köttkonsumtion fördelat på mediekonsumtion.

	Deltagarkategori		
	Jägare	Vegan	Jämförelsegrupp
Låg tilltro			
Hög mediekonsumtion	29%	86%	32%
Låg mediekonsumtion	16%	28%	50%
Hög tilltro			
Hög mediekonsumtion	50%	7%	25%
Låg mediekonsumtion	67%	35%	8%

5. Avslutning

Avslutningsvis redogör jag för de slutsatser jag kommit fram till utifrån analysmaterialet samt utför en hypotesprövning. Därefter för jag en diskussion om studiens utförande och metod samt ger förslag till vidare forskning.

5.1. Slutsatser

Syftet med studien har varit att undersöka hur konfirmeringsbias påverkar läsarens förmåga att skilja sant från falskt vid tolkning av nyheter. Detta konkluderades till två hypoteser:

- H1. En stark övertygelse i sakfrågan kommer innebära en försämrad förmåga att vara källkritisk.
- H2. En stark övertygelse i sakfrågan kommer innebära en försämrad förmåga att vara källkritisk oberoende av faktorer som kön, ålder, utbildningsnivå och politisk riktning.

För de artiklar som klassats som positiva jämt mot veganism, både de falska och de sanna, är effekten av konfirmeringsbias tydlig. Som mest kan en skillnad på 86 procentenheter utläsas grupperna emellan vad gäller tilltron till artiklarnas sanningshalt. Den lägsta skillnaden i procentenheter är 33. Det finns således en så markant skillnad i resultatet mellan jägare och veganer att det kan fastställas att resultatet indikerar att H1 kan tas för korrekt. Chi-2-värdet för dessa artiklar ligger mellan 18,828 och 33,885 vilket, jämfört med det kritiska värdet för en signifikansnivå på 0,05 som är 15,507, kan ses som ett stöd för att resultatet inte är slumpmässigt.

Artiklarna som klassats som positiva jämt mot köttkonsumtion visar dock inte samma tydliga resultat. I artikel tre som klassats som en sann artikel med titeln "Betande djur ger rik natur", är skillnaden mellan jägare och veganer försumbar. Även artikel sju som är en falsk artikel med titeln "Våga välja vilt" har ett svagt resultat med en skillnad mellan experimentgrupperna mängd låg tilltro till artiklarnas sanningshalt på endast 7 procentenheter och en skillnad vad gäller mängden hög tilltro på 33 procentenheter. De övriga två artiklarna som klassats som positiva jämt mot köttkonsumtion visar ett resultat som stämmer bättre överens med artiklarna som är positiva jämt mot veganism. Skillnaden mellan grupperna jägare och veganer är mellan 33 och 60 procentenheter. Chi-2-värdet för dessa artiklar ligger mellan 4,877 och 26,648, där endast en artikel placerar sig över det kritiska värdet.

Det kan konstateras att det var svårare att hitta lämpliga artiklar för kategorin som är positiv jämt mot köttkonsumtion. Artikel tre med titeln ”Betande djur ger rik natur” kan mycket väl sakna den känslomässiga koppling som behövdes till denna studie.

Sammantaget har sju av åtta artiklar visat en polarisering mellan experimentgrupperna jägare och veganer och jämfört med jämförelsegruppens resultat kan det trots allt fastställas att det finns en indikation på att H1 har en statistisk signifikans. Läggts därtill den bakgrund som tidigare amerikanska studier ger i frågan om hur konfirmeringsbias inverkar på hur människor väljer nyheter, stärks antagandet att konfirmeringsbias föreligger även i denna studie.

Testerna för eventuell förekomst av skensamband för variablerna kön, ålder och utbildningsnivå, visar att polariseringen mellan experimentgrupperna kvarstår likväl som jämförelsegruppens normalfördelning. Således kan H2 fastställas med samma säkerhet som H1, det vill säga som en indikation på att resultatet är kausalt och statistiskt signifikant. Undantaget är en eventuell påverkan från variabeln politisk inriktning som inte kunde fastställas i denna studie.

Då det är intressant att se huruvida effekten av konfirmeringsbias avtar om läsaren är en erfaren nyhetsläsare formulerades ytterligare en hypotes:

H3. En stor konsumtion av nyhetsmedier ökar förmågan till källkritik.

För att kontrollera hur deltagarens mediekonsumtion inverkar på resultatet gjordes en beräkning av varje deltagares totala mediekonsumtion utan inbördes viktning mellan olika medietyper. Utifrån medianvärdet har 22 deltagare hög mediekonsumtion och 19 deltagare har en låg mediekonsumtion. De fyra deltagare som placerade sig på medianvärdet uteslöts från analysen som genomfördes på de två artikeltyper som omfattade falska artiklar.

Jämförelsen gjordes sedan mellan hur många i varje deltagarkategori som hade hög respektive låg tilltro till artiklarnas sanningshalt fördelat på mängden mediekonsumtion. Resultatet särelevanterades för de båda artikeltyperna och för alla delar utom en visade de deltagare med en hög mediekonsumtion, oavsett deltagartyp, en något större förmåga att rätt bedöma artiklarnas sanningshalt. Undantaget var jämförelsegruppens resultat för de falska artiklarna som är positiva jämt mot köttkonsumtion. Där fick jämförelsegruppen ett omvänt resultat där deltagare med låg mediekonsumtion lyckades bättre. Chi-2-värdet låg över det kritiska värdet

15,507 i tre fall av fyra, med ett toppvärde på 26,532. Risken för ett slumpmässigt resultat är därför att betrakta som låg.

Även om skillnaden i vissa delar var liten kan det sammanslagna resultatet ge en indikation på att H3 kan vara korrekt i sitt konstaterande. En reflektion kan göras utifrån viktningen av de olika medietyperna vid sammanslagningen till den totala mediekonsumtionen hos varje deltagare. I frågan om medievana kan det föras en diskussion kring om alla typer av medier ger samma positiva effekt till människors källkritiska förmåga. Det kan också vara så att det kan vara mer positivt att ta del av många olika medieformer än att tillbringa mycket tid med ett fåtal.

5.2. Diskussion

Valet av metod i denna studie har trots sina begränsningar visat sig vara lämpligt för att kunna pröva de uppställda hypoteserna och därmed uppnå studiens syfte. Den information som kunde fås genom att utföra ett kvasiexperiment skulle inte kunna erhållas genom exempelvis enkäter eller intervjuer. Deltagarnas egen uppfattning om sin förmåga att kunna urskilja falsk information kan inte antas vara tillräckligt tillförlitlig.

Bristen på slumpmässighet i ett kvasiexperiment gör att det inte går att med säkerhet fastställa och kontrollera för alla störande variabler som kan tänkas förekomma. Orsakssambandet får därmed en större osäkerhet. Experiment innebär även en konstlad situation varför det kan vara svårt att överföra resultatet från studien till allmänna förhållanden. (Dahmström 2011, ss. 387, 391).

Denna studie har en begränsad slumpmässighet på grund av den aktuella populationen. För att säkerhetsställa effekten av konfirmeringsbias består studiens population endast av personer med en förväntad stark övertygelse i artiklarnas sakfråga. Utöver dessa begränsningar har dock urvalet varit varierat vad gäller faktorer som ålder, utbildning och kön, varför jag anser att studien ändå kan ge en reell indikation om vilket beteendemönster som kan förväntas i en större population. Däremot är antalet deltagare lågt och för att säkerställa resultatet behövs ett större antal deltagare och då gärna från flera olika urvalsgrupper baserade på andra känslomässigt polariserade ämnesområden.

Att ta fram ett lämpligt undersökningsmaterial har i vissa delar varit svårt. Då en koppling till nyhetsartiklar sågs som viktigt undveks artiklar av karaktären insändare och debatt. Då frågan om veganism och köttkonsumtion ofta är känslomässigt laddad, vilket också var en nödvändighet för att uppnå studiens syfte, var det svårt att hitta artiklar med den förhållandevis sakliga ton som jag eftersträvade. Problemet med artiklarna visade sig även i resultatet där ett par artiklar föll utanför den förväntade normen. Likaså visade sig skillnaden mellan källans trovärdighet och sanningshalten hos artikeln vara allt för svårtolkad av respondenterna för att ett signifikant resultat skulle kunna utläsas.

Resultaten i denna studie kan på grund av sin utformning endast betraktas som en fingervisning om vad en större studie skulle kunna medföra. En större studie skulle även kunna innehålla ett slumpmässigt urval samt fördelas på två sessioner med förberedande attitydfrågor följt av en nyhetsundersökning på ett liknande sätt som gjorts i de amerikanska studierna jag hänvisat till i teoridelen. På så vis skulle även frågor om medie- och informationskunnighet kunna utforskas mer utförligt, vilket är en intressant aspekt då det kan vara en väg att gå för att få människor bättre rustade för det ökade informationsflödet som är dagens medielandskap.

Ytterligare en aspekt som då skulle kunna kontrolleras är huruvida yngre är bättre på källkritik jämfört med äldre. Även om den studie som gjordes av Stanford History Education Group (2016) visade att även den yngre generationen hade problem att identifiera falska artiklar, visar information från Internetstiftelsen att svenska ungdomar har bättre kunskaper i källkritik jämfört med den äldre generationen (Löfgren, 2017). Det skulle kunna vara ett tecken på att informationsarbetet angående källkritik i skolorna har burit frukt. Den typen av politiska kampanjer som bedrivs i det som har kommit att kallas det postfaktiska samhället ställer höga krav på väljarnas förmåga till källkritiskt tänkande. Även om konfirmeringsbias tenderar att försämra vår förmåga att skilja sant från falsk spelar ändå förnuftet in i hur vi väljer att värdera information. I denna studie beskrev flera deltagare den kamp de själva upplevde mellan sitt förnuft och sin övertygelse. Ett val mellan det som de ville skulle vara sant och det som de ändå förstod borde vara sant.

Källförteckning

Tryckta källor

Andersson, U. och Weibull, L. 2017. Har svenskarna förtroende för medierna? I: Truedson, L. (red.). *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Andersson, Ö. 2012. *Experiment! Planning, Implementing and Interpreting*. Chichester: John Wiley & Sons.

Arendt, F., Northup, T. och Camaj, L. 2017. *Selective Exposure and News Media Brands: Implicit and Explicit Attitudes as Predictors of News Choice*. Media Psychology.

Bryman, A. 2011. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.

Bruhn Jensen, K. 2009. *Medier och samhälle*. Lund: Studentlitteratur.

Carlsson, U. 2014. Varför är medie- och informationskunnighet så viktigt? I: Carlsson, U. (red.). *Medie- och informationskunnighet i Norden - En nyckel till demokrati och yttrandefrihet*. Göteborg: Nordicom.

Dahmström, K. 2011. *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

De Vries, T. 2017. *Mediekonsumtion*. Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv.

Jenkins, H. 2012. *Konvergenskulturen – där nya och gamla medier kolliderar*. Göteborg: Daidalos.

Johannessen, A. och Tufte, P-A. 2003. *Introduktion till samhällskaplig metod*. Malmö: Liber.

Knobloch-Westerwick, S. och Meng, J. 2009. *Looking the Other Way: Selective Exposure to Attitude-Consistent and Counterattitudinal Political Information*. Communication Research. 36:426.

Lundh, L., Montgomery, H. och Waern, Y. 1992. *Kognitiv psykologi*. Lund: Studentlitteratur.

Rochlin, N. 2017. *Fake news: belief in post-truth*. Library Hi Tech. Volume 35, issue 3.

Weibull, L. och Wadbring, I. 2014. *Massmedier. Nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*. Stockholm: Ekerlids förlag.

Westerwick, A., Johnson, B. och Knobloch-Westerwick, S. 2017 *Confirmation biases in selective exposure to political online information: Source bias versus content bias*. Communication Monographs. Volume 84, issue 3.

Digitala källor

Alexis, P. 2015. *Jägarna – en subkultur i förändring*.
<https://www.ekuriren.se/nyheter/jagarna-en-subkultur-i-forandring>. Ekuriren. Hämtad: 2017-12-31.

Davies, H. 2016. *The Age of Post-Truth Politics*.
<https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html?mcubz=0>. New York Times. Hämtad: 2017-09-21.

Hemmilä, E. 2016. *Statistik visar att närmare en miljon svenskar kör "vego" - det här vet vi*.
<https://se.treated.com/blogg/vegetarianer-och-veganer-i-sverige>. Hämtad: 2017-12-31.

Hern, A. 2017. *How social media filter bubbles and algorithms influence the election*.
<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/22/social-media-election-facebook-filter-bubbles>. The Guardian. Hämtad: 2017-09-21.

Jones, J. 1996. *Table: Chi-Square Probabilities*.
<https://people.richland.edu/james/lecture/m170/tbl-chi.html>. Hämtad: 2017-12-31.

Löfgren, N. 2017. *Yngre är mer källkritiska på nätet*.
<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/yngre-ar-mer-kallkritiska-pa-natet>. SVT. Hämtad: 2017-11-30.

Nicolaou, A. och Giles, C. 2017. *Public trust in media at all time low, research shows*.
<https://www.ft.com/content/fa332f58-d9bf-11e6-944b-e7eb37a6aa8e>. Financial Times. Hämtad: 2017-09-21.

Oxford Dictionaries. 2016. *Word of the Year 2016 is...*
<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Oxford University Press. Hämtad: 2017-09-21.

Pew Research Center. 2016. *Growth in use of social media for news*.
http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/pj_2016-05-26_social-media-and-news_0-08/. Hämtad: 2017-09-21.

Schlesinger, R. 2017. *Fake News in Reality*. <https://www.usnews.com/opinion/thomas-jefferson-street/articles/2017-04-14/what-is-fake-news-maybe-not-what-you-think>. U.S. News and World Report. Hämtad: 2017-09-21.

Shukla, S. och Lyons, T. 2017. *Blocking Ads from Pages that Repeatedly Share False News*. <https://newsroom.fb.com/news/2017/08/blocking-ads-from-pages-that-repeatedly-share-false-news/>. Facebook Newsroom. Hämtad: 2017-09-21.

Sida Sverige. 2017. *Desinformation hotar demokratin - vem kan man lita på? tis 4/7 0900-0945*. Sverige i världen - Almedalen 2017 – seminarier. https://www.youtube.com/watch?v=OLSbP5cw4wY&list=PL_LWP_hSVnMaHNf7EX-nd1_gaVwrNijyW&index=15. Hämtad: 2017-11-30.

Silverman, C. 2016. *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.ptzWWLnKz#.hy999VZ3X. BuzzFeed. Hämtad: 2017-09-21.

Similä, J. 2017. *Algoritmbubblornas tid*. UR Samtiden - Bokmässan 2017. <https://urplay.se/program/202624-ur-samtiden-bokmassan-2017-algoritmbubblornas-tid>. Hämtad: 2017-11-30.

Stanford History Education Group. 2016. *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. <https://sheg.stanford.edu/upload/V3LessonPlans/Executive%20Summary%2011.21.16.pdf>. Hämtad: 2017-09-21.

The White House, President Barack Obama. 2010. *Remarks by the President at University of Michigan Spring Commencement*. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/remarks-president-university-michigan-spring-commencement>. Hämtad: 2017-09-21.

Widebeck, C. 2017. *Faktaresistens – på grund av oss eller medielandskapet? Vetandets värld*, Sverige Radio P1. <https://podtail.com/podcast/vetandets-varld-i-p1/faktaresistens-pa-grund-av-oss-eller-medielan/>. Hämtad: 2017-11-30.

Wikipedia. 2017. *Postfaktisk politik*. https://sv.wikipedia.org/wiki/Postfaktisk_politik. Hämtad: 2017-09-21.

Bilaga 1 – Frågeformulär

Mediernas nyhetsrapportering



Undersökning i hur läsare uppfattar innehållet i nyhetsartiklar beroende på egna kunskaper i ämnet.

Experimentell studie i ämnet **Medie- och kommunikationsvetenskap** vid **Linköpings universitet**

Den här experimentella studien har som syfte att undersöka läsarens förmåga att bedöma en nyhetsartikels sanningshalt och trovärdighet samt de faktorer som kan komma att påverka denna förmåga.

Du som deltagare kommer få läsa åtta stycken kortare artiklar. Information om källan och skribenten är borttagen och en del artiklar är förkortade. Det blir sedan din uppgift att bedöma om du upplever att artikeln kommer från en trovärdig mediekälla samt hur hög sanningshalt du bedömer att artikeln har.

Slutligen får du svara på några allmänna frågor om din bakgrund samt din mediekonsumtion. Frågorna har fasta alternativ. Välj det alternativ du tycker stämmer bäst.

Du kommer vara anonym studien igenom och resultaten kommer sammanställas så att enskilda resultat inte kan utläsas.

Studien genomförs i två grupper, där den ena gruppen antas ha en större kunskap i ämnet artiklarna avhandlar medan den andra gruppen antas ha allmän kunskap i ämnet.

Artikel 1

Ny studie: Vegetarisk kost kopplas till depression

Huruvida vegetarisk kost är det mest hälsosamma alternativet eller inte har det debatterats om en hel del genom åren. Nu visar en ny studie att vegetarisk kost kan kopplas till depression, skriver Forbes.

Författarna till studien från University of Bristol studerade 15 000 män i Storbritannien, samtliga gifta med en gravid partner, i den långsiktiga studien om föräldrar och barns hälsa. Av dessa män var 8 500 stycken vegetarianer eller veganer.

Studien visar att det var avsevärt större sannolikhet för männen som åt vegetarisk eller vegansk kost att drabbas av depression, jämfört med icke-vegetarianer.

Trots vissa hälsofördelar med att vara vegetarian, klargjordes flera faktorer i studien,

som visar på varför vegetarianer och veganer är mer benägna att bli deprimerade. Deras intag av omega-3-fettsyror, vitamin B12 och folat är betydligt lägre än hos köttätare trots eventuella kosttillskott, och brister i dessa ämnen är alla förknippade med depression. Detsamma gäller järn och zink.

Författarna menar också att vegetarianer har ett högre intag av omega-6 fettsyror, som också har kopplats till depression.

Själv mord är den ledande dödsorsaken i Storbritannien bland män mellan 15 och 44 år och depression är en av riskfaktorerna.

Författarna menar att frågan därför bör tas på största allvar och att veganism skall finnas med som en riskfaktor vid medicinsk bedömning av en patients självmordsbenägenhet.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 2

Norsk varning: Barn får lägre IQ av älgkött

Lagom till älgjaktspremiären går nu norska myndigheter ut och varnar för att äta älg och det är allra farligast för barn under sju år.

Norska myndigheter varnar nu för att man blir allvarligt sjuk och får lägre intelligens av att äta älgkött.

Blyrester som kan finnas i främst köttfärs av älg är betydligt vanligare och farligare än man tidigare trott och det är allra farligast för barn under sju år.

– Barn som äter sånt kött ofta får lägre IQ, säger Catherine Svindland vid norska Matilsynet.

– Det finns mycket mer skadligt bly i främst älgfärs än man tidigare trott och barn under sju år och kvinnor som planerar att få barn ska helt avstå från att äta älgkött, fortsätter Svinland.

– Allt bly är farligt. Det är ingen tvekan om att bly sprider sig mer än vi förstått tidigare, säger Fredrik Widemo vid Svenska jägareförbundet till SVT.

Nästan alla älgjägare använder blykulor som splittras upp när de kommer in i älgen.

Blyet som ofta är osynligt för ögat, leder till allvarliga sjukdomar och det påverkar hjärnan.

– Vi hoppas att jägarna tar det här rådet på allvar. Barn som äter sånt här kött får lägre intelligens, säger Catherine Svindland vid norska Mattilsynet till NRK.

Mattilsynet motsvarar svenska Livsmedelsverket som sedan ett år tillbaka också rekommenderar barn och unga kvinnor i Sverige att vara försiktiga med viltfärs.

Det är tusentals svenskar som är i riskzonen. Svenskarna äter runt 13 000 ton älgkött varje år. Det har gjorts undersökningar också på svensk älgfärs.

– Våra undersökningar visar att i hälften av färspaketen fanns det blyrester, säger Fredrik Widemo.

Varannat paket med älgfärs från frysarna runt om i landet innehåller alltså farligt bly och i 30 procent av de undersökta paketen var det mer bly än vad som tillåts i nötkött. För älgfärs som köpts i butik var det ännu värre.

En annan undersökning visar att svenskar som äter mycket viltkött har betydligt högre halt av bly i blodet än andra – dessutom är bly i blodet mycket farligare än man tidigare trott.

Men det är svårt att nå ut med varningarna.

– En del säger att de har spottat ut blyhagel ur maten precis som deras pappa och farfar gjorde. Och de dog ju inte av bly. Andra är mer oroliga och undrar vad deras barn får i sig, säger Fredrik Widemo.

Patric Johansson som är jaktledare i Hägnåsens jaktvårdsområde mellan Sälen och Särna i Västerdalarna jagar den här veckan. Han sköt själv en älg under onsdagen och är skeptisk till de nya rönen.

– Det är lite överdrivet tycker jag. Det här är lite storm i ett vattenglas, säger Patric Johansson.

Nästa år kommer resultatet av en fördjupad svensk blystudie – först då kan det bli fråga om nya svenska råd.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor

Stor

Medelstor

Liten

Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor

Stor

Medelstor

Liten

Mycket liten

Artikel 3

Betande djur ger rik natur

Betande djur i hagmarker gör landskapet rikt på värdefulla växter, insekter och fåglar. Det är värdefullt i sig, men bidrar även till viktiga funktioner som gör naturen mer robust. Det är en viktig faktor för att vi i framtiden ska klara av klimatförändringar som extremare väder. En betad hage kan innehålla så mycket som 40 olika arter per kvadratmeter.

Betande djur i naturbetesmarker är helt avgörande för att hålla stora delar av vårt landskap öppet. Många växter, insekter, fjärilar, vilda bin och fåglar är beroende av naturbetesmarkerna och lever där i ett samspel med varandra.

Variationen av arter i landskapet kallas biologisk mångfald och ger oss flera ekosystemtjänster vi inte klarar oss utan. Det handlar bland annat om produktion av mat, ren luft, kolinlagring, matjordsbildning, och pollinering. Utrotningen av arter är idag en av mänsklighetens stora hot.

Naturbetesmarker är också dåligt lämpade för annan livsmedelsproduktion än bete. Och om Sverige ska nå miljömålet om ett rikt odlingslandskap finns ett behov av att öka betandet på obrukade betesmarker. Det betyder inte att vi behöver fler betesdjur, utan att de djur vi har ska beta i större utsträckning, och på rätt ställe. Eftersom vi importerar mycket kött och långt ifrån alla betesdjur betar på naturbetesmarker, betyder det att merparten av

köttet som konsumeras inte alls bidrar till miljömålet.

Låt inte landskapen tystna

Många växter, insekter, fjärilar, vilda bin och fåglar är beroende av öppna landskap och lever i ett samspel med varandra. Enligt Artdatabanken är 4273 svenska arter rödlistade, vilket motsvarar 20 procent av de bedömda arterna. I Sverige är igenvuxna landskap och avverkning av värdefull skog de största hoten mot dessa arter.

Bland kärlväxter så som blommväxter, gräs, buskar och träd sker den mest negativa utvecklingen hos arter knutna till naturbetesmarker det gäller även vissa arter av fjärilar och svampar.

Därför klarar vi oss inte utan biologisk mångfald

Den biologiska mångfalden ger oss flera ekosystemtjänster vi inte klarar oss utan. Det handlar bland annat om produktion av mat, ren luft, kolinlagring, matjordsbildning, och pollinering. Dessutom utnyttjar vi idag bara en bråkdel av alla jordens arter för mat, råvaror eller medicin. Rimligen finns tusentals arter som vi skulle kunna ha direkt nytta av, men vars betydelse eller existens vi ännu inte känner till.

En hög artrikedom har dessutom visat sig göra ekosystemen mindre sårbara vilket ökar deras förmåga att klara av plötsliga förändringar i miljön. Det är en viktig faktor för att vi i framtiden ska klara av klimatförändringar med extremare väder.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 4

Köttfritt – positivt, om det är genomtänkt

En vegetarisk kost kan ge positiva effekter på både hälsa och miljö. Men det är inte bara att välja bort kött, fågel och fisk – för att må bra behöver du genomtänkta alternativ.

Debattens vågor går höga kring för- och nackdelar med vegetarisk kost, men framförallt vegankost. Kritikerna menar att människan är allätare till sin natur och pekar på risk för järn- och proteinbrist. Framför allt för barn som växer är vegankost inte tillräcklig för att tillgodose behovet av energi och näring, varnar man. Naturbetande kött djur håller dessutom landskapet öppet.

Livsmedelsverkets ståndpunkt är att ju fler som ibland byter kött mot baljväxter och grönsaker, desto bättre är det för miljön.

Baljväxter ger mycket protein men belastar inte miljön lika mycket som köttproduktion. Exempelvis ger en portion vegetarisk ärtsoppa mer protein än en hamburgare på 90 gram, samtidigt som koldioxidutsläpp och energiåtgång blir betydligt lägre. Man ser också stora hälsovinster med att äta mycket mat från växtriket.

- Det finns studier som visar på hälsofördelar för vuxna. En av förklaringarna till det är att vegankosten är så fiberrik, vilket innebär att det bland annat är lättare att hålla vikten. De som äter mycket grönsaker och frukt och mindre kött minskar även risken att drabbas av sjukdomar som högt blodtryck, hjärt- och kärlsjukdom och vissa cancerformer, säger Åsa Brugård Konde, nutritionist på Livsmedelsverket.

Det finns även forskning som visar att vegankost kan förbättra hälsan hos reumatiker.

Enligt Livsmedelsverket kan vegetarisk mat innehålla alla näringsämnen som kroppen behöver. Men det är inte bara att plocka bort kött och fisk från tallriken – det måste ersättas med något annat, som bönor och linser. På verkets hemsida finns information och recept som vänder sig till både vegetarianer och veganer.

Protein är sällan ett problem, det finns i bland annat fullkornsprodukter, baljväxter, frön och nötter. För att få i sig tillräckligt med omega-3-fettsyror är det viktigt att äta rapsolja, linfröolja och valnötter.

När det gäller D-vitamin och vitamin B12 behövs tillskott, eftersom dessa vitaminer saknas i mat från växtriket.

Kroppen har svårare att ta upp järn i vegetarisk mat än i animalisk.

Här är det viktigt framför allt för kvinnor och unga tjejer att välja järnrik vegetarisk mat, helst i kombination med något C-vitaminrikt.

Några järnrika exempel är baljväxter som linser, ärtor, bönor och sojaprodukter, fröer som pumpafrö, torkad frukt, gröna bladgrönsaker, fullkorn och nötter.

- Vårt råd till föräldrar som ger barn vegankost är att ha koll på att barnen växer som de ska. Dessutom får de gärna låta barnen få äta fisk någon gång ibland, det är viktigare än kött och mjölk. Vi ger även detta råd till gravida.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 5

Veganer inte mycket klimatsmartare

Att låta bli köttet gör ingen större skillnad för klimatet, hävdar finska forskare som räknat på utsläpp av växthusgaser.

– Det har blivit för mycket fokus på kopplingen mellan mat och klimat, säger Helmi Risku-Norja, forskare vid MTT, Forskningscentralen för jordbruk och livsmedelsekonomi i Jokiainen.

Hon och några kolleger har räknat på olika förhållningssätt till maten och funnit att veganen bara minskar sin klimatpåverkan med sju procent, jämfört med den som äter traditionell kost.

– Det finns många andra stora miljöproblem som kommit att skymmas bakom klimatfokuseringen, säger Helmi Risku-Norja och nämner övergödningen som ett stort bekymmer för Finland.

– I andra delar av världen kan matproduktionen skapa andra slags miljöproblem.

Helmi Risku-Norja och hennes kolleger har publicerat sina rön i den vetenskapliga tidskriften *Progress in Industrial Ecology*.

De har räknat på fyra olika sätt att äta och hur kosten påverkar utsläppen av klimatgaser. Men

eftersom människan inte bara lever av mat har forskarna lagt in kosten som en del av individens totala klimatpåverkan.

Skillnaden blir då:

Den som äter i enlighet med kostråden som Livsmedelsverket håller fram blir två procent klimatsmartare än den som äter som folk gör mest.

Vegetarianen, som kan äta ägg och mejeriprodukter, minskar sina utsläpp med fem procent.

Veganen, som lever på frukt och grönt, hamnar på sju procents minskning.

– Om tio procent av Finlands befolkning blev veganer skulle alltså utsläppen av växthusgaser minska med 0,7 procent, säger Helmi Risku-Norja.

Idag uppskattas andelen veganer i Finland till knappt en halv procent.

Enligt forskarna blir skillnaden än mindre om veganen valde ekologiskt odlade frukter och grönsaker. Ekologisk odling ger lägre skördar och kräver därför större arealer. Och det är, skriver de i artikeln, själva brukandet av jorden som ger de allra största utsläppen av växthusgaser när maten produceras.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 6

Chalmersforskarnas råd: ”Bli vegan och rädda klimatet”

Om vi alla blev veganer skulle växthusgasutsläppen från mat minska stort. Det visar forskning från Chalmers Tekniska Högskola. Just nu pågår FN:s klimattoppmöte i Paris, och enligt forskarna i Göteborg är det svårt att nå klimatmålen om vi inte kraftigt förändrar våra matvanor.

Att det vi äter påverkar klimatet är inget nytt. Men hittills har det mesta klimatarbetet ägnats åt att minska användningen av fossila bränslen som kol och olja, helt enkel för att det står för de största utsläppen. Men det räcker inte, menar forskarna Fredrik Hedenus och David Bryngelsson på Chalmers Tekniska Högskola. Nu vill de att vi på allvar börjar koppla ihop våra matvanor med klimatmålen:

– Vi måste bryta mönstren hur vi ser på mat och på vår matkonsumtion. Börja äta annorlunda helt enkelt. Gör vi inte det blir det svårt att nå de internationella klimatmålen, säger Fredrik Hedenus.

Chalmersforskarna undersöker hur man kan minska klimatpåverkan från energi och mat, och har nu satt siffror på hur vår matkonsumtion påverkar klimatet. En femtedel av växthusgasutsläppen i Sverige kommer från den mat vi äter och av det står kött och mejeriprodukter för 75 procent.

Mest klimatsmarta är dom som äter vegansk mat, alltså varken kött, fisk, ägg eller mejeriprodukter.

– Nötkött är absolut sämst och orsakar mest växthusgasutsläpp. Kor är väldigt ineffektiva som matmaskiner sett. Man skulle kunna säga att

kött bara är en mycket liten biprodukt från kon och metangasen som den släpper ut huvudprodukten, förklarar David Bryngelsson.

Hedenus och Bryngelssons forskning visar att vi med dagens matvanor i Sverige släpper ut 1,8 ton växthusgaser per person och år genom det vi äter. Skulle vi alla bli veganer istället skulle utsläppen från mat minska till nära en fjärdedel, 500 kilogram per person och år. Med en laktovo vegetariansk diet, det vill säga om vi åt grönt, mejeriprodukter och ägg, skulle växthusgasutsläppen landa på 1,2 ton per person och år.

Utsläppen är i form av metan, lustgas och koldioxid. Den allra största mängden kommer från djurens matsmältning, från stall och gödsel och från den energi det går åt att framställa fodret. En mycket liten del av utsläppen står transporter för enligt Chalmersforskarna.

– Siffrorna är så små att det nästan inte spelar någon roll. Närodlat i all ära och det finns många skäl att välja det, men ur klimatperspektiv är det helt irrelevant, säger David Bryngelsson.

Men egentligen räcker det med en liten förändring för att göra en ganska stor insats för klimatet.

– Man behöver inte alls gå så långt som att bli vegan. Att sluta äta nötkött är det absolut mest effektiva sättet att undvika utsläpp, säger Fredrik Hedenus.

– Ja, välja kyckling istället är nästan lika bra som att äta grönsaker.

– Man pratar om att kött är problemet men det är egentligen inte sant, enligt Bryngelsson. Det är vilken sorts kött vi äter som betyder något.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 7

Våga välja vilt?

Vi äter allt mer kött. Men uppfödning av djur belastar miljön på olika sätt, och djurvälståndet i produktionen är inte alltid etiskt försvarbart. Viltkött är ett klimatsmart alternativ.

Kan vi äta mer vilt – räcker resursen?

I Sverige äter vi cirka 2 kg befritt viltkött per person och år. Det är försvinnande lite, cirka 4 procent, om man ser på vårt totala köttintag som i dag ligger nära 50 kg per person och år. Men med dagens viltstammar finns inte så mycket utrymme för att öka tillgången på viltkött, undantaget vildsvin, och en del gäss och andra fåglar. Många forskare förespråkar att stammarna med älg, hjort och rådjur ska få växa; det skulle visserligen öka viltskadorna hos landets skogs- och jordbrukare men skapa ett mer variationsrikt landskap med bättre förutsättningar för biologisk mångfald. Större viltstammar skulle även kunna öppna för ökad upplevelseturism som älgafaris, mat- och jaktturism.

Finns det några hälsorisker?

Viltkött är ett nyttigare alternativ till "tamkött". Det är magert och innehåller mer av viktiga mineraler som järn och zink. Fettet har dessutom höga halter av omega-3. Vilda djur behandlas inte med antibiotika. En studie från

University of Toronto har visat att viltkött har samma positiva hälsoeffekter som de som har uppmätts i studier om vegansk kost. Viltkött som säljs i handeln eller serveras på restauranger har passerat en av Livsmedelsverket godkänd vilthanteringsanläggning. Där finns veterinär och annan kunnig personal som ser till att bara säkert kött kommer ut på marknaden. När det gäller vildsvin är det ett lagkrav att köttet ska trikintestas och inspekteras på en vilthanteringsanläggning. Hos djur som har skjutits med blyammunition kan rester av bly spridas i köttet, vilket enkelt kan avhjälpas med att köttet närmast sårkanalen skärs bort.

Hur miljövänligt är viltkött?

Eftersom vilda djur normalt inte matas finns ingen miljöpåverkan från deras foderproduktion. Älgar och andra idisslare i våra skogar är en del av ekosystemet och deras utsläpp av växthusgasen metan ses därför som naturliga. Eventuella koldioxidutsläpp som själva jakten ger upphov till, exempelvis från transporter och uppvärmning av jaktstugor, är att betrakta som försumbara.

Viltkött får därmed betraktas som ett både nyttigt och klimatsmart alternativ som kan likställas med vegetabilisk kost vad gäller hälsoeffekter och miljöpåverkan.

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Artikel 8

Mindre cancerrisk utan kött

Att skippa djuren på tallriken är inte bara gynnsamt för miljön, utan också för hälsan enligt två nya studier.

I den ena studien från Columbia University har man analyserat nästan 900 tidigare studier, för att ta reda på vilka effekter en vegansk eller vegetarisk kost har på hälsan. Resultaten visade tydligt på fördelarna med en kost utan animalier – vegetarianerna hade 75 procent lägre risk att drabbas av ischemiska hjärtsjukdomar än de som åt kött och 32 procent lägre risk att drabbas av cancer. Personerna som åt vegansk kost hade hela 64 procent lägre risk att drabbas av cancer jämfört med personerna som åt animalier.

I en annan studie från Stanford University har man låtit 410 personer, varav 220 veganer, skriva en matdagbok under tre dagar. Forskarna analyserade sedan innehållet i maten och tog prover på deltagarna för att undersöka deras hälsostatus. Veganerna hade mindre brister än de som åt kött, och hade bland annat högre halter av jod, selen, järn samt D3- B12- och D-vitamin. Däremot hade de lägre kolesterol, vilket minskar risken för hjärt- och kärlsjukdomar, och en mer balanserad fettsyreprofil.

Slutsatsen – ät mer grönt för både hälsans och miljöns skull!

Hur bedömer du källans trovärdighet?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Hur bedömer du sanningshalten i artikeln?

Mycket stor Stor Medelstor Liten Mycket liten

Frågeformulär

Kön:

- Man Kvinna Annat

Ålder:

- 15–29 30–44 45–59 60–74 75–89

Huvudsaklig sysselsättning:

- Studerande Förvärvsarbetare Arbetslös Pensionär

Högsta genomförda utbildning:

- Grundskola Gymnasium Eftergymnasial utbildning
 Högskola 3 år Högre studier

På en femgradig skala hur skulle du placera in din politiska övertygelse? Ett är längst till vänster och fem är längst till höger.

- 1 2 3 4 5

Hur är ditt förtroende för traditionella medier och journalister?

- Mycket stort Stort Lagom Litet Mycket litet

Hur ofta tar du del av nyheter genom:

	1. Dagligen	2. Flera ggr/vecka	3. 1 gång/vecka	4. Någon gång i månaden	5. Mer sällan/aldrig
Dagstidning	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kvällstidning	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Dagstidnings webbsida/app	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Kvällstidnings webbsida/app	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Andra nyhetssidor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Sociala medier	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
TV	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
Radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Hur upplever du din egen förmåga till källkritiskt tänkande?

- Mycket god God Lagom Litet Mycket litet

Bilaga 2 - Artikelförteckning

Artikel 1: falsk pro kött. *Ny studie: Vegetarisk kost kan kopplas till depression*. Metro 2017. <https://www.metro.se/artikel/ny-studie-vegetarisk-kost-kan-kopplas-till-depression>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 2: falsk pro vegan. *Norsk varning: Barn kan få lägre IQ av älgkött*. SVT 2013. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/dalarna/barn-kan-fa-lagre-iq-av-alkott>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 3: sann pro kött. *Betande djur ger rik natur*. Naturskyddsföreningen. <https://www.naturskyddsforeningen.se/betande-djur-ger-rik-natur>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 4: sann pro vegan. *Köttfritt – positivt, om det är genomtänkt*. GP 2016. <http://www.gp.se/livsstil/h%C3%A4lsa/k%C3%B6ttfritt-positivt-om-det-%C3%A4r-genomt%C3%A4nkt-1.5585>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 5: sann pro kött. *Veganer inte mycket klimatsmartare*. Sydsvenskan 2010. <https://www.sydsvenskan.se/2010-04-08/veganer-inte-mycket-klimatsmartare>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 6: sann pro vegan. *Chalmersforskarnas råd: "Bli vegan och rädda klimatet"*. SVT 2015. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vast/chalmersforskarnas-rad-bli-vegan-och-radda-klimatet>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 7: falsk pro kött. *Våga välja vilt?* Naturskyddsföreningen 2015. <https://www.naturskyddsforeningen.se/sveriges-natur/2014-2/vaga-valja-vilt>. Hämtad: 2017-11-11.

Artikel 8: falsk pro vegan. *Mindre cancerisk utan kött*. Hälsa och fitness 2016. <http://halsafitness.se/mat-och-recept/mindre-cancerisk-utan-kott/>. Hämtad: 2017-11-11.