



Examensarbete
15 högskolepoäng, grundnivå

Lokalt, trovärdigt och 100% sant

Local, credible and 100% true

Alexander Linder & Markus Bagewitz

Examen: Kandidatexamen 180 hp
Huvudområde: Medieteknik
Datum för slutexaminering: 2018-08-20

Examinator: Johan Salo
Handledare: Thomas Andersson

Sammanfattning

Trovärdighet – en allt viktigare del att upprätthålla för journalister då falska nyheter blir vanligare. På senare tid har begreppet fake news används frekvent, speciellt i nyheter angående amerikanska presidentvalet 2017. Det blir således intressant att undersöka hur journalister arbetar för trovärdighet och hur läsare upplever den. Detta är en kvalitativ studie som undersöker hur journalister arbetar med trovärdighet i flerkanalpublicering på två lokala nyhetsredaktioner. Uppsatsen tar även upp hur journalister arbetar med sina kollegor för att öka trovärdigheten vid flerkanalpublicering. Journalisterna som har intervjuats för uppsatsen har flera års erfarenhet av nyhetspublicering i lokala sammanhang. Uppsatsen undersöker även läsare av de lokala nyhetsredaktionerna som interagerar med journalisterna på sociala medier. Slutsatsen är att journalisterna tar trovärdighet på allvar. Majoriteten av journalisterna anser att nyheter ska innehålla underbyggda fakta, äkthet och ett korrekt språk. Journalisterna arbetar på ett tydligt sätt tillsammans för att skapa en hög trovärdighet men har även olika tillvägagångssätt i hur de arbetar med läsarna på sociala plattformar. Detta kan bekräftas av läsarnas erfarenhet av interaktion med journalisterna, dock är läsarna av åsikten att trovärdighet skapas via närvaro i sociala medier där journalisten är beredd att bemöta sina läsare men även rimliga rubriksättningar är avgörande för trovärdigheten.

Nyckelord

Trovärdighet, fake news, journalistik, läsarinteraktion, flerkanalpublicering och nyhetsflöde.

Abstract

Credibility - an increasingly important part to maintain for journalists as fake news becomes more common. Recently, the term fake news has been used frequently, especially in news about the US presidential election in 2017. Thus, it becomes interesting to investigate how journalists work for credibility and how readers perceive it. This is a qualitative study that investigates how journalists work with credibility in multi-channel publishing on two local news releases. The essay also addresses how journalists work with their colleagues to increase the credibility of multi-channel publishing. The journalists interviewed for the paper have several years of experience in publishing news in local contexts. The essay also examines readers of local news editors that interact with journalists on social media. The conclusion is that the journalists take credibility seriously. The majority of journalists believe that news should contain substantiated facts, authenticity and a correct language. The journalists work in a clear way together to create high credibility, but also have different approaches to how they work with readers on social platforms. This can be confirmed by readers' experience of interaction with journalists, but readers believe that credibility is created through presence in social media where journalists are prepared to respond to their readers, but even reasonable rankings are crucial to credibility.

Keywords

Credibility, fake news, journalism, reader interaction, multi-channel publishing and newsflow.

Innehållsförteckning

1	Inledande kapitel	1
1.1	Inledning och problemformulering	1
1.2	Syfte.....	2
1.3	Frågeställning	2
1.4	Avgränsningar.....	3
1.5	Målgrupp.....	3
1.6	Disposition	3
2	Metod	4
2.1	Avgränsningar.....	4
2.2	Forskningsansats.....	4
2.3	Val av intervjupersoner	5
2.3.1	Kvalitativ metod.....	6
2.3.2	Semistrukturerad intervju	6
2.4	Validitet & reliabilitet	7
2.4.1	Överförbarhet.....	8
2.4.2	Källkritik.....	8
2.5	Analys	8
2.6	Etik.....	9
2.7	Metodkritik/diskussion.....	10
3	Teori	12
3.1	Trovärdighet.....	12
3.1.1	Källkritik.....	13
3.1.2	Felaktiga artiklar.....	13
3.2	Nyhetsflöden på sociala medier.....	14
3.2.1	Interaktion med läsare på sociala medier	15
3.2.2	Internets anonymitet	16
4	Empiri	17
4.1	Journalisters definition av trovärdighet	17
4.1.1	Läsares definition av trovärdighet	17
4.2	Trovärdighet journalister i mellan.....	18
4.3	Skapande av trovärdighet på sociala medier.....	18
4.4	Hur mäter Journalisterna trovärdighet?	19
4.5	Utvecklingen av journalistiken	19
4.6	Flerkanalspublicering.....	19
4.7	Journalister på sociala medier	20
4.7.1	Läsares interaktion med journalister och övriga läsare.....	21
5	Diskussion	22
5.1	Trovärdighet hos journalister	22
5.1.1	Källkritik hos journalister	23
5.1.2	Journalistikens utveckling	24
5.2	Flerkanalspublicering.....	25
6	Sammanfattning	27

6.1	Slutsats	27
6.2	Förslag på vidare forskning	28
Referensförteckning		29
Bilagor		33
	Bilaga 1 Intervjuguide för journalister.....	33
	Bilaga 2 Intervjuguide för läsare	34

1 Inledande kapitel

I detta kapitel presenteras uppsatsens ämne med en inledande problematisering. Detta följs av uppsatsens syfte, frågeställning, avgränsningar, målgrupp och disposition.

1.1 Inledning och problemformulering

Det har skett en drastisk förändring i hur nyheter konsumeras idag, detta beror till stor del på det digitala intåget som möjliggör människors val av olika informationskanaler. De vanligaste anledningarna till att vi använder internet är för att använda sociala medier som exempelvis Facebook och Twitter, för att läsa nyheter då sociala medier är en viktig informationskälla på internet. (Johanson & Wiedenbeck, 2015). Andra forskare menar på att sociala medier inte kan betraktas som tillförlitliga källor när det gäller journalistik (Johnson & Kaye, 2014). Chung (2017) skriver att de stora och trovärdiga nyhetsredaktionerna inte ses som trovärdiga längre. Chung (2017) menar också på att läsarna inte upplever att nyhetsredaktioner lever upp till sin trovärdighet. Johnson & Kaye (2014) påvisar att läsaren hellre använder sociala medier som en mer trovärdig källa när de ska läsa nyheter än nyhetsredaktioner olika kanaler. Trots detta har begreppet fake news har florerat kraftigt sen amerikanska presidentvalet 2017, där falska nyheter spreds via de sociala plattformarna.

Forskarna Katz och Lazarsfeld tog fram den så kallade tvåstegsmodellen. Modellen innebär att mediets budskap i kombination med mottagarens personliga preferenser inte enbart avgör mediets påverkan. Tvåstegsmodellen syftar till personer som är opinionsledare, vars uppgift är att påverka opinionsbildningen. Deras kännetecken är att de har god medieexponering vilket framkom efter en studie om en amerikansk presidentkampanj i mitten av 1900-talet. (Katz och Lazarsfeld, 1955). Då medielandskapet har förändrats och blivit mer digitalt har tvåstegsmodellen blivit en flerstegsmodell då tolkningar av nyheter görs i flera led på sociala medier. Det handlar om att opinionsledare som idag använder sig av Twitter faktiskt har ett stort socialt inflytande som påverkar och sprider åsikter som mottagaren i sin tur sprider vidare. Detta är för att i det digitala landskapet skapat möjligheten till en snabbare kommunikation mellan sändaren och mottagaren. Detta har medfört att mottagarna konsumerar nyheter på ett annat sätt än tidigare då det ges möjligheter att ta till sig olika typer av nyheter efter tycke och smak i sitt egna flöde. (Choi, 2015) Detta gör att olika tolkningar av nyheter kan förstärkas då de delas av mottagare med olika åsikter.

Medieägande som är i majoritet ger möjligheter för enskilda beslutsfattare att utöva odemokratisk och ojämlig makt då de kan påverka medborgares möjligheter att skapa egna åsikter och engagemang i viktiga samhällsfrågor. Detta skapar i sin tur negativ påverkan på opinionsbildning vilket slår tillbaka mot demokratin. Därför är massmedier en av de mest avgörande medel i strukturen av den offentliga sektorn då medier påverkar medborgarnas val som bildar staten (Bakir, 2007). Det ligger i samhällets natur att vara beroende av media för att upprätthålla infrastrukturen Couldry & Hepp (2017).

Enligt Johnssons och Kayes (2015) offerar nyhetsredaktioner sin tillförlitlighet för att möta användarens intresse, exempelvis ämnen som användaren finner intresseväckande. Mor & Reich (2017) menar på att tillförlitligheten för journalister är låg. Det finns en möjlighet för journalister att fånga allmänheten med ett tvåsidigt kommunikationssätt, då får journalister möjlighet till att engagera läsarna. Vilket kan leda till att läsaren bygger upp ett större förtroende och bevisa att de tar ansvar för det som publiceras. Lokala nyhetsredaktioner bör ha en närmre relation till sina läsare då nyheterna är mer centrerade till det lokala samhället. (Darr, 2017) Författarna tycker att det är intressant att undersöka hur journalister på en mindre nyhetsredaktion själva ser på problemet och hur journalister kan skapa lokalt engagemang hos läsaren genom trovärdighet.

Barnidge, Carr, Lee & Tsang (2017) menar på att ett kommunikationssätt som engagerar läsaren tillsammans med journalisten kan vara ett sätt för att öka trovärdigheten för nyhetsredaktioner. Journalisten har således en möjlighet att engagera läsaren i sin process och har även möjlighet att bygga upp tillit mellan journalist samt läsaren. En annan aspekt som författarna finner intressant för att kunna besvara frågeställningen är att undersöka hur läsaren upplever trovärdighet hos journalister de interagerar med på sociala medier.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur Kristianstads lokala nyhetsredaktioners journalister arbetar för att skapa trovärdighet. Uppsatsen ska även belysa läsarnas syn på hur journalister kan arbeta för att skapa trovärdighet hos läsaren.

1.3 Frågeställning

Hur arbetar journalister hos lokala nyhetsmedier med trovärdighet i deras flerkanalpublicering?

1.4 Avgränsningar

Denna studien kommer inte beröra rikstäckande nyhetsredaktioner som exempelvis Aftonbladet, Sydsvenskan och Metro. Studien kommer inte heller att belysa publiceringskanaler/plattformar så som Instagram och Reddit. Dessa avgränsningar är gjorda för att dessa plattformar är mindre relevanta hos de respondenter som har intervjuats men även för att studien ska kunna genomföras inom fastställd tidsram.

1.5 Målgrupp

Denna studie riktar sig till de som vill fördjupa sig i journalister på lokala nyhetsredaktioner synsätt gällande trovärdighet och hur de arbetar för att upprätthålla en trovärdig nyhetsrapportering. Detta kan vara både journalister, samhällsaktörer och studenter inom teknik och samhälle på Malmö universitet som kan ta fördel av vad som presenterats i studien.

1.6 Disposition

Denna uppsats inleds med metodkapitlet för att tydliggöra vilka val som författaren gjort för att besvara uppsatsens syfte och frågeställning. Sedan redovisas den teori som är relevant för att kunna diskutera fram ett svar på frågeställningen. I teorin presenteras dagens syn på journalister och hur deras trovärdighet upplevs, samt hur tekniken och sociala medier tros ha påverkat journalisternas trovärdighet. Vidare presenteras resultatet från intervjuerna som hölls med journalister för att ta reda på hur de ser på sin trovärdighet på sociala medier, samt vad de gör för att öka sin trovärdighet. Sedan följs resultatet upp av en diskussion där teorin och resultatet diskuteras. Därefter presenteras slutsatsen av uppsatsen och frågeställningen besvaras och slutligen ges förslag till vidare forskning.

2 Metod

I metodkapitlet presenteras den valda metod som använts för denna uppsatsen. Diskussion av för och nackdelar gällande metodvalet förs där även etiska perspektiv beaktas.

2.1 Avgränsningar

Författarna har valt att avgränsa studien till två lokala nyhetsredaktioner med stark förankring hos mottagarna lokalt. Den ena nyhetsredaktionen är lokala dagstidningen Kristianstadsbladet som har ca 75 000 läsare i Kristianstads kommun. Den andra nyhetsredaktionen är den lokala radiostationen Sveriges Radio Kristianstad. Då studien har ett lokalt fokus har författarna valt att undersöka två nyhetsredaktioner med olika typer av publiceringskanaler. Valet av att undersöka två olika publiceringskanaler är för att få en breddare insyn i hur journalisterna arbetar som inte begränsar sig till specifik arbetsplats. Syftet med att ha två lokala nyhetsredaktioner motiveras med att deras lokala fokus återspeglar tydligt i de material de publicerar. Genom att utgå från dessa två nyhetsredaktionerna kommer studien kunna hålla ett lokalt perspektiv gällande trovärdighet hos mottagarna.

2.2 Forskningsansats

De tre vanligaste forskningsansatserna är den explorativa, deskriptiva samt den hypotesprövande. Olsson & Sörensen (2007) menar på att vilken undersökningsmetod forskaren väljer behöver de klassificera sina undersökningar utifrån hur mycket forskaren vet om sitt problemområde.

Den första är explorativa ansatsen utgår från att det finns tidigare luckor om det som ska studeras. Explorativa ansatsen betyder att inhämta den kunskaps informationen för området som ska studeras, kreativitet och idériedom är två primära inslag i undersökningar med explorativa ansats. Den andra är deskriptiva forskningsansatsen betyder att studien leder till en mer beskrivande tes, vilket således betyder att det finns tidigare insamlingsmaterial och syftet är att undersöka fler detaljer inom problemområdet djupare. Den tredje forskningsansatsen är hypotesprövande och betyder att från en teori förklara till ett antagande om det verkliga förhållande. Detta kräver att det studerade problemområdet innehar en tillräckligt omfattande kunskapsmängd som kan sättas i samband med andra teser. (Patel & Davidson, 2003)

2.3 Val av intervjupersoner

Harboe (2013) beskriver att i urvalsprocessen är det viktigt att författaren har en helhetssyn över urvalsunderlaget, då är det viktigt att författaren väljer respondenter med relevant kunskap över studieområdet och inte har ett slumpmässigt urval vilket inte lämpar sig vid kvalitativa forskningsmetoder. Därav valde författarna noggrant ut sina respondenter efter hur lång erfarenhet de hade som journalist/läsare/lyssnare hos de undersökta nyhetsredaktionerna. Det vanligaste inom forskningen är att författaren intervjuar en respondent i åt gången. Forskning pekar på att intervjuer är tidskrävande och därför krävs det att intervjuaren är väl förberedd och även väljer ut respondenterna noggrant (Ejvegård, 2012). Intervjuerna utfördes efter ett strukturerat schema för att intervjuerna skulle hålla uppsatta tidsramar.

Ahrne & Svensson (2014) menar på att välja mellan sex till åtta respondenter stärker upp uppsatsen och resultatet inte blir beroende av respondenternas individuella uppfattningar. Vidare beskriver Ahrne & Svensson (2014) även att det oftast inte räcker att intervjuar en till två respondenter, vilket kan skapa ett mindre generellt resultat. I denna studien har sex journalister intervjuats som arbetar på den lokala dagstidningen Kristianstadsbladet och den lokala radiostationen Sveriges Radio Kristianstad. Journalisterna som deltog i studien har arbetat från tre till 20 års tid inom branschen, vilket därmed ger ett resultat som bygger på många års erfarenhet. Även fyra läsare har intervjuats som regelbundet läser tidningen, lyssnar på lokalradion och har interagerat i lokala nyhetsredaktioner sociala medier.

En bra helhetsöverblick över urvalsunderlaget är viktigt när författaren ska välja respondenter. Då kunskap inom det valda studieområdet är viktigt bör inte slumpmässiga urval göras vid kvalitativa forskningsmetoder. (Harboe, 2013) Däremot valde författarna att göra slumpmässigt urval gällande läsarna, detta var för att undvika att författarna hade en relation till respondenten.

2.3.1 Kvalitativ metod

Forskningsintervjun är ämnesinriktad då både intervjuare och respondenterna är intresserade av det valda ämnet. Detta är till fördel då målet med intervjun är att framhäva det väsentliga inom området som är relevant för studien (Kvale, 1997). Bryman (2011) förespråkar en kvalitativ metod när undersökningar av personers uppfattningar ska göras. För att kunna genomföra en flexibel intervju som påverkas av individuella situationer är det fördelaktigt att använda sig av en kvalitativ metod. Då kvalitativa metoder är undersökande finns det inget för givet svar var studien kommer sluta. (Harboe, 2010) Författarna valde därför en kvalitativ metod då de har undersökt respondenternas uppfattningar. När författarna intervjuade läsarna kontrollerades först om läsaren var intresserad av nyheter i flerkansalpublicering och om de använde sig av detta som nyhetskälla.

2.3.2 Semistrukturerad intervju

Harboe (2010) förespråkar att intervjuaren förbereder en frågeguide för att intervjun ska hålla en röd tråd och ha samma utgångspunkt. För att intervjun ska resultera i så sanningsenligt resultat bör intervjuaren inte distraherar respondenten utan ställer frågor som är sammanhängande och av relevans. Det är även av vikt att intervjuaren läser av respondentens kroppsspråk (Patel & Davidson, 2003). För att respondenten ska få svara utifrån sig själv och inte få ledande frågor bör intervjuaren kategorisera frågorna som vägvisare under intervjun. På så sätt kan intervjuaren på ett simplare vis ställa följdfrågor till respondentens svar, denna metod kallas för semi-strukturerad intervju (Bryman, 2011). Under intervjuerna användes en semistrukturerad intervju för att få respondenterna att ge egna svar och inte påverkas av ledande frågor. Under intervjuerna användes olika punkter som berör de kategorier författarna ville undersöka. Denna metod öppnade även upp för fördjupade svar i form av författarnas följdfrågor.

2.4 Validitet & reliabilitet

Det föreligger risk att empirin blir inriktad med ett fokus på ett specifikt ändamål som påverkar resultatet av studien. Det är därför av vikt att ha ett jämförbart perspektiv mellan primärdata och sekundärdata för att ge en högre nivå av trovärdighet, validitet och reliabilitet. (Christensen, Engdahl, Gräas & Höglund, 2011; Larsen 2009) Läsaren bör även ta hänsyn till att respondenter talar som representant från sin roll och utifrån egna erfarenheter vilket gör svaren unika, därav bör undersökningsobjekt ses som exempel och inte ett givet resultat (Bryman, 2008). Validitet och reliabilitet är två centrala begrepp i större studier. Med validitet menas hur arbetets olika processer hänger ihop med frågeställningen och även verkligheten. Med reliabilitet menas om den insamlade data är trovärdig eller inte. (Harboe, 2013) Under våra intervjuer togs det hänsyn till att respondenten bör ses som ett exempel och inte ett givet resultat, därav valdes det att intervjua respondenter med olika befattningar på nyhetsredaktionen för att skapa en tydligare bild och större spännvidd. Läsarna som intervjuades var av olika ålder och hade olika yrkesbefattningar.

Dålig planering kan resultera i att tid går förlorad vid datainsamling om inte en frågeguide inför intervjun är väl strukturerad. Däremot är det alltid viktigt att ta i beaktning att det kan uppstå oförutsedda händelser som inte går att anta i planeringen. Därav är planeringen svårbedömd om den är valid eller inte då den är baserad på egen intuition, erfarenheter och teoretiska kunskaper. (Harboe, 2013) Validitet kan även förklaras hur undersökningen av det som är målet att undersöka görs, det vill säga undersöks det som är målet att undersöka? (Alvehus, 2013). För att testa den externa validiteten kan studiens frågeställning, syfte för respondenten och därmed få dennes godkännande föreligger större chans att respondenten kommer tala sanning vilket gjorde att studiens syfte berättades för respondenterna samt att alla respondenter är anonyma.

Det finns två olika typer av reliabilitet. Den ena, extern reliabilitet syftar på i hur stor utsträckning studien kan åter upprepas och återge samma resultat. Dock är det svårt att få samma resultat i kvalitativa undersökningar som återspeglas av sociala omgivningar i ständig förändring. Med intern reliabilitet menas huruvida omständigheterna och arbetsgången för studien har varit. Har data som samlats in varit pålitlig? Har respondenterna talat sanning? Det är författarens ansvar att se till att den interna reliabiliteten upprätts. (Bryman, 2011) För att studien skulle upprätthålla extern reliabilitet valdes det att intervjua ett flertal respondenter på olika nyhetsredaktioner för att sedan jämföra att resultatet återgavs inom samma ramar. För att upprätthålla den interna reliabiliteten har intervjuer varit under samma förhållanden för att inte låta omgivningarna påverka resultatet i en större utsträckning.

2.4.1 Överförbarhet

Med överförbarhet innebär i vilken utsträckning det går att överföra resultatet eller teorin på andra miljöer. Just generalisering är ett problem med kvalitativ strategi eftersom det oftast handlar om ett relativt litet urval. Istället för att göra anspråk på generalisering gäller det för den kvalitativa forskaren att göra en så detaljerad observation som möjligt så att läsaren själv får så mycket faktaunderlag att han/hon kan avgöra huruvida resultatet är överförbart på andra miljöer. (Bryman & Bell 2005) Därav har vi valt att göra en detaljerad observation med ett brett faktaunderlag.

2.4.2 Källkritik

Denna studie innehåller data från primär- samt sekundärkällor. De primära källorna utgörs av de respondenter som har intervjuats vilket har legat till grund för studiens empiri. Kriterierna för samtliga vi har intervjuat har uppfyllts. Kriterierna var kunskap, kompetens och lämplig erfarenhet av det valda studieämnet. De intervjuade journalisterna arbetar heltid med att publicera nyheter anses deras data från intervjuerna som trovärdig. Intervjuerna har även varit uppbyggda med samma struktur och genomförda på samma villkor för att skapa likvärdiga förutsättningar. Intervjuerna av läsarna har genomförts på samma vis i samma lokaler. Läsarna har minst använt sig av de undersökta nyhetsredaktionerna i fem år med minst en interaktion i månaden på någon av nyhetsredaktionernas kanaler. Gällande sekundär källorna har författarna undersökt var källan publicerats för att undersöka källans trovärdighet. Författarna har i åtanke av Thuréns (2013) beskrivning av äkthet haft ett tydligt fokus på att kontrollera källor.

2.5 Analys

Enligt Lantz (2008) bör intervjuaren i analysen fokusera på det väsentliga som blir beskrivet och bortse från det oväsentliga. Frågeställningen ligger till grund för hur analys av den insamlade materialet ska utföras. Materialet transkriberas efter intervju för att underlätta analysarbetet. När materialet är transkriberat bör materialet väljas ut efter relevans mot frågeställningen och sedan avkodas för att skapa en klar bild av vad materialet säger. Viktigt är att det bortsorterade materialet inte kan användas för att fullfölja syftet med studien. (Andersen, 1998; May, 1997) Därav använde författarna i denna studie den hermeneutiska cirkeln som verktyg för analys och tolkning. Denna metod gav författarna möjlighet att sortera och förstå materialet som respondenterna gav under intervjuerna.

Metoden för den hermeneutiska cirkeln börjar med att författarna bildar sig en uppfattning om ämnet som ska undersökas, sedan utförs intervjuer med respondenter som är verksamma inom området. (Andersen, 1998) Detta ger författarna möjligheter att göra en ny tolkning vilket utvecklar analysprocessen.

2.6 Etik

En grundtanke inom etiken för kvalitativ forskning, som tas upp av Flick (2006) är att deltagarna frivilligt deltar i studien, samt att de får full information kring studiens syfte. Detta problematiseras dock genom att en allt för uttömmande för-information kan leda till förvriddning av resultaten, då förespråkas en så transparent hållning som möjligt. En problematik som också bör lyftas är den om frivilligheten i deltagandet, något som i fallet för denna studie blir en självklarhet, men för exempelvis en observationsstudie kommer vetenskap om deltagande att påverka studieobjektets beteenden. I ett sådant fall behövs en diskussion kring vad som är bäst, både ur ett forskningsperspektiv och ett forskningsetiskt perspektiv. För att upprätthålla god etik har respondenterna getts full information om studiens syfte och vidare för att undvika förvriddning har ett opartiskt förhållningssätt vidtagits för att upprätthålla transparens i studiens resultat.

En bör uppsats följa en rad uppsättningar av aspekter där forskarna bör förhålla sig till. Dessa är informationskravet, konfidentialitetskravet, nyttjandekravet och samtyckeskravet. Informationskravet motsvarar att respondenten/respondenterna blir angiven information om studiens syfte och användningsområde. Det är stor betydelse att informationskravet presenteras i början av kontakten med potentiella respondenterna, då har respondenterna således möjlighet att ta ett beslut om de vill delta eller ej i studien. Därav innehöll den första kontakten till de potentiella respondenterna informationskravet och då hade respondenterna att kunna ta ställning till deltagande, därefter bestämdes tid, dag och plats för intervju. (Kalman & Lövgren, 2012)

Konfidentialitetskravet syftar till att resultatet av intervjun, förvaras och hanteras säkert samt att konfidentialitetskravet omfattar också hur materialet används i uppsatsen. Material från intervjuerna förvarades lokalt på en dator där endast författarna hade tillgång till resultatet, därmed för att bevara konfidentialitetskravet. Nyttjandekravet betyder att insamlat materialet till uppsatsens syfte inte används av någon annan eller säljs vidare. Insamlat material från intervjuerna är endast använt i denna uppsats och kommer inte användas i något annat syfte samt inte säljas vidare. Samtyckeskravet innebär att respondenterna införstådda i att hen kan avbryta intervjun och att respondenten har möjlighet att vara helt anonym. För att respondenterna skulle ha möjlighet att avbryta intervjun och vara helt anonyma informerades samtliga journalister om detta innan intervjun startade. (Kalman & Lövgren, 2012)

2.7 Metodkritik/diskussion

Kvalitativ metod är lämplig att använda sig av när uppfattningar och enskildas tolkningar ska undersökas (Holme & Solvang, 1991). Denna metod anses vara lämplig då studien syftar till att undersöka journalisternas uppfattningar kring trovärdighet.

För att skapa en bättre bild av hur journalister arbetar och ser på trovärdighet har semistrukturerade intervjuer genomförts. Andersen (1998) menar på att ungefär 45 minuter är en bra längd på en intervju, fyra av intervjuerna varade i cirka 45 minuter i sitt genomförande. Resterande två intervjuer varade i cirka 35 minuter. Valet av att genomföra semistrukturerade intervjuer var för att författarna skulle ha en bättre möjlighet att ställa följdfrågor för således få en djupare och mer informativa svar från respondenterna. Vid semistrukturerade intervjuer har författarna möjlighet att styra frågorna under intervjun men inte gå från ämnet. Därav var vikten för författarna att ha en teoretisk grund om ämnet viktig inför och under intervjuerna. Val av respondenter gjordes enligt bekvämlighetstekniken, som baseras på att respondenter väljs utifrån studiens syfte, vilka respondenter som ligger nära till hands och vilka som kan tänka sig vilja ställa upp som en del av uppsatsen. (Ekström & Larsson, 2010) Valet av bekvämlighetstekniken gjordes för att uppsatsen är under tidsbegränsning. Respondenterna på nyhetsredaktionerna har dock inte slumpartad valts ut, då författarna har kontaktat journalister vars anställning är hos en lokal nyhetsredaktion i Skåne. Däremot har läsarna slumpartad valts ut i på lokala kaféer i Kristianstad. Dessa valde slumpartad ut för att författarna inte ska ha en relation som kan påverka svaret hos respondenten.

Valet av att undersöka journalisternas syn på trovärdighet i lokala medier valdes utifrån förutsättningen att författarna inte skulle ha en för bestämd åsikt och uppfattning om ämnet. Denna ingång var för författarna okänd då de inte kunde applicera sina egna åsikter och därav inte påverka studien.

Då två av respondenterna bad om att förbli anonyma valde författarna att samtliga respondenter skulle förbli anonyma. Detta gjordes i samtycke med samtliga respondenter där författarna frågade om respondenterna hade några invändningar i att vara anonyma. Tillsammans med att inte ange vilken nyhetsredaktion respondenterna jobbar på inte anges, anser författarna att resultatet från intervjuerna är tillräckligt relevant för att besvara uppsatsens frågeställning och för att respondenterna ska kunna bidra till ett tungt vägande resultat. Därav namnges respondenterna A, B, C, D, E, F, G, H, I & J i denna uppsats för att bevara samtliga respondenterna anonymitet.

Reliabilitet handlar om hur resultatet kan upprepas, det betyder kommer resultatet att ge samma resultat om den genomförs igen med samma metod. Inom samhällsforskning är reliabilitet en svår benämning, av den orsaken att människors beteende skiftar hela tiden. Reliabiliteten har sin grund i att det finns enbart en verklighet som kommer ge samma resultat flera gånger om det studerar samma verklighet. Uppsatsens reliabilitet anses som låg då författarna har genomfört sex intervjuer med journalister från två olika nyhetsredaktioner och fyra intervjuer med deras läsare. (Merriam 1994) En uppsats har möjlighet att få högre reliabilitet om fler intervjuer med personer inom korrekt ämne genomförs. Det är ovisst för författarna hur resultatet hade påverkats om fler intervjuer hade genomförts då de befintliga intervjuerna har gett ett mättat resultat. När författarna upptäckte upprepningar i svaren från respondenterna eller samma uttalande återkommer i intervjuerna talar det för att studien har åstadkommit mättnad. Vilket kan påvisa att ytterligare intervjuer inte hade gett ny kunskap eller information. Problemet med att intervjupersonerna kanske inte hade haft samma åsikt vid nästa gång kvarstår, då det är föränderliga faktorer som studeras. Uppsatsens låga reliabilitet kvarstår dock men att svaren från respondenterna har god mättnad, för att respondenterna hade liknande åsikter och svar på författarnas frågor. Dock påverkas uppsatsens reliabilitet av att respondenterna benämns helt anonyma, hade respondenterna angetts i namn och möjligheten att göra om studien med samma respondenter hade uppsatsens reliabilitet blivit högre. Dock väljer författarna att respondenterna förblir anonyma för att förhålla sig till forskningsetikens samtyckeskrav för att utesluta risken att respondenterna hängs ut. (Ahrne & Svensson, 2014)

För att validiteten i denna studie ska ha blivit stark har författarnas förvärvade kunskap, intervjufrågor, följdfrågor vävts ihop. Om författarna inte hade förvärvat kunskap innan intervjuerna hade validiteten minskat och det hade även varit en svårighet för författarna att ta fram relevanta frågor till intervjuerna. Enligt Ejvegård (2012) är det av vikt att författarna tagit upp det som är viktigt i studien för att uppnå validitet.

3 Teori

I teorikapitlet presenteras den teori som ligger till grund för studien. Intervjufrågorna till de kvalitativa intervjuerna har utgått från denna teori för att finna samband och olikheter mellan teori och praktik på de intervjuade nyhetsredaktionerna.

3.1 Trovärdighet

Trovärdighet kan beskrivas som ett ämne där innehållet motsvarar verkligheten, där trovärdigheten måste vara ett samspel mellan journalisternas skildring av verkligheten och publiken (Elliot, 1997). Tillsammans med mätningar av trovärdighet, kan resultatet användas för att bilda ett koncept av trovärdighet (Chung Joo, Hyunjung & Jang Hyun, 2010). Journalister har haft problem med trovärdighet långt tillbaka i tiden, och tidningar har haft mörkläggnings långt innan sociala medier dök upp (Ferrucci, Neill & Schauster, 2016).

Enligt mätningar framtagna av Medieakademin (2018) visar att lokala tidningar har en högre trovärdighet än kvällstidningar enligt sina läsare. Förtroendet för lokala tidningar ökar, däremot sjunker det för kvällstidningar (Medieakademin, 2018). SOM-institutets visar i sin undersökning att det råder låg trovärdighet för journalister och att de flesta undersökningar påvisar samma låga trovärdighet (Giertta, 2012). En av anledningen till att läsare känner en större trovärdighet för lokala tidningar beskriver Feighery (2011) att det kan beror på att lokalkännedom hos läsarna av lokala tidningar, således har läsaren bättre koll på nyheter kring sitt närområde. Den låga trovärdigheten för kvällstidningarnas journalister bero på att de inte återspeglar faktorer såsom att journalisterna ska vara opartiska, eller att journalisterna ska vara självkritiska (Svensson, 2015). Dock hävdar en annan studie att journalister utnyttjar sitt förtroende hos läsarna, genom att journalisterna vill att läsarna ska tro och ha förtroende för det journalisterna skriver samt att journalisterna vill att läsaren ska tro att de är grundliga, korrekta och opartiska (Herrero, Berganza och Calderon, 2015).

3.1.1 Källkritik

International Fact Checkers Network (IFCN) rekommenderar att journalister bör göra följande för att vara källkritiska: Journalister bör kontrollera fakta med samma standard för varje faktakontroll utan att fokusera mer eller mindre på någon sida. Låt även kontrollen av fakta följa samma process och låt bevisen bli slutsatser. Journalister bör inte förespråka och/eller ta ställningstaganden i de frågor som faktiskt kontrolleras. De bör även låta läsarna verifiera källorna själva, tillhandahåll därför alla källor så läsarna kan göra egna efterforskningar dock inte om det inkräktar på källans personliga säkerhet. Var transparent om era finansieringskällor. Om journalister eller nyhetsorganisationen accepterar finansiering från andra organisationer bör dem se till att dess ägare inte påverkar de slutsatser som journalister når fram till i rapporter. Journalister bör även redogöra för den professionella bakgrunden för deras nyckeltal i organisationen och förklarar deras organisationsstruktur och juridiska status. Visa tydligt hur journalisternas läsare kan kommunicera. Förklara metoden journalisterna använder för att välja, undersöka, skriva, redigera, publicera och korrigera faktiska kontroller. Journalister kan uppmuntra sina läsare att skicka påståenden om faktakontroll och var transparenta om varför och hur de kontrollerar faktum. Journalister bör publicera en rättighets policy och följa den noggrant. Till sist bör journalister korrigera tydligt och öppet i enlighet med deras rättighets policy. (Kesslers, 2013)

Ett traditionellt perspektiv har källkritik inom journalismen utgått ifrån fyra punkter: äkthet hos källan, aktualitet, primär eller sekundär källa och källans intresse i budskapet. Ett modernare och mer anpassat perspektiv har samma punkter men även tre ytterligare; trovärdighet, världsbild och förutsättningar. Frågor att utgå från i dessa tre punkter är hur informationen har nått källan, stämmer kunskaps bilden in på källan och vem ligger till grund för informationen. (Leth & Thurén, 2000)

3.1.2 Felaktiga artiklar

Vid felaktiga artiklar är det vanligt att källan som används har utgett felaktig information. Med felaktig information i detta fallet menas källor som gett information vilket inte har kontrollerats med andra källor. Det är av stor vikt att erkänna sina fel och korrigera fel för att vara en trovärdig journalist. (Randall, 2011) Det är viktigt att vara skeptiskt och undersöka vem källan är när informationen hittas på nätet. Förslagsvis bör informationen bli bekräftad från ett flertal källor för att validera trovärdigheten. Viktigt är att källorna då kontrolleras och är oberoende av varandra. Det bör uppmärksammas extra försiktighet om namngiven avsändare, publiceringsdatum saknas. Detta kan vara svårt då en del internetsidor ger ett trovärdig och seriöst intryck. (Leth & Thurén, 2000)

Förfalskning av information kan kännetecknas på olika sätt. Ett kan vara att avsändaren undertecknar sig som en annan person som förslagsvis är kunnig inom ämnet. Det är då en fråga om äkthet. Ett annat sätt är tendens principen som innebär att mottagaren bör ha i beaktning att avsändaren kan belönas av att förmedla en viss typ av information vilket är kritiskt om mottagaren har samma åsikt i det valda ämnet. Det kan då vara svårt att urskilja vad som är sant och vad som är falsk. Inlägg på sociala medier har ibland samma utformning som gör att det kan vara svårt att urskilja avsändaren vilket gör att mottagaren bör vara noggrann och undersöka om avsändaren är trovärdig eller inte. För att få en ökad trovärdighet lägger avsändaren oftast in ordval och källor som verkar trovärdiga vilket oftast får stor spridning på sociala nätverk. (Silverman, 2015)

3.2 Nyhetsflöden på sociala medier

Enligt (Hermida, Fletcher, Korell & Logan, 2012) kan användare forma och personalisera sina nyhetsflöden efter önskemål. Därmed skapas ett ansvar för användare att värdera information på korrekt sätt där svårigheter att sortera text, bilder och åsikter föreligger (Marchi, 2012). Hermida et al., (2012) menar att via vänners delningar på sociala medier kan användare ta del av nyheter i sina flöden men även av att följa olika nyhetsredaktioner. Digitaliseringen har inneburit ett nytt förhållningssätt till information.

Tidigare har sökandet av information stått i fokus medans nu är navigeringen av att tillgodose sig av rätt information mest kritiskt. Informationsflödet har ökat och därmed skapat svårigheter för mottagaren att samla information om allt och därmed ge en god bild över vad som är sant och vad som är falskt. (Marchi, 2012) Utvecklingen pekar på att det är viktigare än tidigare med delningar av nyheter på sociala medier, detta för att skapa debatt ur ett både socialt och politiskt avseende. (Hermida et al., 2012) Genom att interagera med en nyhet på en social plattform ges möjligheten att identifiera sig själv med kommentarer eller likes, även för att få nya perspektiv genom att ta del av andra användares kommentarer (Marchi, 2012).

3.2.1 Interaktion med läsare på sociala medier

Journalistiken kan delas upp i fyra kategorier. Public journalism kännetecknas med att konsumenterna kommunicerar sina berättelser till journalisten som sedan gör ett urval och egen tolkning där konsumenten inte är delaktig. Interactive journalism innebär journalism med internet som plattform. Konsumenten kan bli delaktig vid en publicering i form av interaktivitet. Participatory journalism är konsumenten delaktig hela vägen från insamling av nyheter, urval, publicering och vidare i kommentarer och diskussioner kring nyheter. Här är journalister även delaktiga. Sista kategorin är Citizen journalism där konsumenten är ensamt delaktig hela vägen från insamling av nyheter, urval, publicering och vidare i kommentarer och diskussioner kring nyheten. (Domingo, Heionen, Paulussen & Quandt, 2007)

Internetanvändare har idag möjlighet interagera i form av att kommentera och diskutera innehåll på sociala plattformar. Tonaliteten på dessa interaktioner kan variera i positiv och negativ bemärkelse, ett exempel är att felaktig information delas och resulterar i naiva föreställningar om verkligheten. (Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos & Ladwig, 2014) Beroende på interaktionens längd och grund kan avgörande faktorer vara innehåll samt anonymitet på internet något som avgör tonaliteten (Rowe, 2014).

Möjligheten för konsumenter att skapa diskussioner med en organisation har skapat nya förutsättningar för organisationers kommunikationsstrategier. Organisationer som väljer att inte delta i interaktioner med sina konsumenter på sociala plattformar ägnar sig då enbart till informationsspridning vilket kan upplevas negativt. Organisationer som är aktiva och deltar i diskussioner med sina konsumenter med ett korrekt förhållningssätt upplevs positivt av konsumenterna. Då konsumenternas tonalitet på interaktionen speglar uppfattningen av organisationen är det viktigt att organisationen arbetar aktivt för att behålla en god tonalitet i konsumenternas interaktioner. Genom att bemöta kommentar utan större tids uppehåll kan organisationen behålla ett gott anseende. Genom att besvara en stor mängd kommentarer med olika tonalitet upplevs organisationen som öppen och transparent av konsumenten och därmed skapar trovärdighet. (Floreddu & Cabiddu, 2016) Detta kan kopplas samman med Bashir & Aldaihani (2017) som påpekar vikten av att ha kontroll på vilka typer av reaktioner konsumenterna har på olika sociala plattformar och poängterar vikten av att hålla en god relation till dessa.

3.2.2 Internets anonymitet

En folkmassa kan skapa ett gemensamt tänkande och utföra handlingar som de annars inte hade utfört individuellt. Denna teori bygger till stor del på att människan upplever ett mindre individuellt ansvar om hen är en del av en grupp. (LeBon, 2001) I en studie som undersöker nyhetsredaktionen Washington Posts Facebook sida och Washington Posts hemsida (där kommentarer kan göras anonyma) resulterar i att en stor del av kommentarerna varken på Facebook eller på nyhetsredaktionerna hemsida var anmärkningsvärda. Däremot visade det sig att de kommentarer som hade en hårdare tonalitet var riktade mot andra som hade kommenterat på Washington Posts hemsida. På deras Facebook sida fanns det bara ett fåtal liknande kommentarer. Detta låg till grund för hypotesen om att anonymitet skapar större chans till hårdare tonalitet på internet. (Rowe, 2015)

En negativ effekt är att yttrandefriheten ställs på prov då det finns en gråzon på vad som är yttrandefrihet och olagligt på internet. Anledningen till att det finns en gråzon är oftast att internetanvändarna är anonyma och utnyttjar möjligheterna att yttra sig. Då möjligheten att vara anonym ges gör att användare känner sig som en del av folkmassan och använder internet som ett laglöst forum. Problemet förstoras i form av att plattformar är anonyma och spridda över hela världen. (Ingves, 2015)

4 Empiri

Detta kapitel avhandlar resultatet från intervjuerna som presenteras. Respondenterna urskiljs genom namngivning A, B, C, D, E, F, G, H, I och J. Alla journalister A-F arbetar på en lokal nyhetsredaktion i en mindre stad. Yrkeserfarenhet mellan respondenterna varierar upp till 20 år mellan den högst och lägst erfarna. Alla läsare G-J har konsumerat nyheter hos de undersökta nyhetsredaktionerna de senaste fem åren, och är även verksamma på nyhetsredaktionernas sociala medier.

4.1 Journalisters definition av trovärdighet

På frågan hur journalisterna definierar trovärdighet svarar respondenterna A och B likvärdigt där ärlighet och fakta agerar som en bas. Enligt respondent A är trovärdighet synonymt med ärlighet, att det finns en kärna av äkthet som utgångspunkt. Respondent B anser att trovärdighet innebär att det finns underbyggda fakta av saker och ting. Respondent C och E hävdar att textens format, text och språk är avgörande för trovärdighet.

Respondent C menar således att rubriken är en viktig aspekt när det gäller trovärdighet och menar även på att hur mycket rubriken vinklas kan vara farligt då innehållet är låst. Respondent E menar på att det är viktigt för hen att det hen levererar en trovärdig text som inte känns för raljerande och beskriver även på att språket ska vara korrekt samt ha en känsla för vilket forum hen skriver för. Respondent E förklarar att när hen konsumerar media vill hen känna förtroende för skaparen av innehållet. Respondent F hävdar att transparens är grunden för att skapa trovärdighet och värderar personligen att det finns transparens hos skaparen av en nyhet.

4.1.1 Läsares definition av trovärdighet

Respondenterna G, H, I och J som är mottagare anser att vikten av en trovärdig nyhet finns i källans ursprung. Respondent G påpekar vikten av att presentera källan medans respondenterna H och I menar på att källan kan vara anonym om nyhetsredaktionen har ett gott renommé och är transparenta i hur de arbetar. Respondent J anser att en trovärdig nyhet ska kunnat bemötas av journalisten själv på sociala medier, speciellt om det är en nyhet som öppnar för diskussion. Samtliga mottagare tar även upp vikten av att journalisterna är närvarande om nyheten publiceras i lokalt media. Respondent G menar på att då det är lokalt bör relationen vårdas till läsarna och bemöta dess kommentarer i större utsträckning än i om journalisten arbetar för en större nyhetsredaktion. Då lokala nyheter tenderar att engagera respondent G mer än nationella. H och I är noga med att poängtera att de har slutat konsumera kvällstidningar på grund av rubriker som är missvisande i för stor utsträckning.

4.2 Trovärdighet journalister i mellan

Respondent B, C, D, E och F berättar att de aktivt diskuterar med sina kollegor gällande deras egna trovärdighet som journalist men även nyhetsredaktionernas trovärdiga anseende. Dessa respondenter är enhetliga i att tycka att det är en viktig punkt att diskutera. Respondent D påpekar att det är latent i verksamhetsplanen och vid felaktigt arbetssätt görs arbetet om på ett korrekt sätt. Respondent B menar att de ofta diskuterar tips som låter för bra för att vara sant och/eller som är tveksamma som källor. Respondent E menar att ibland får en diskussion gällande trovärdighet bortses då nyheten ska publiceras snabbt. Respondent E påpekar att det oftast diskuteras om källan är trovärdig eller ej, men att det vid ett flertal tillfällen inte finns tid vilket ibland har lett till att artikeln har fått skrivas om. Enligt Respondent C finns det riktlinjer hos arbetsgivaren som ska följas däremot händer det inte allt för ofta att det uppstår diskussioner, dock händer det framförallt vid känsliga artiklar. Respondent A diskuterar aldrig trovärdighet med sina kollegor.

4.3 Skapande av trovärdighet på sociala medier

För att skapa trovärdighet på sociala medier anser respondent C, D, E och F att nyhetsredaktioner måste jobba mer med att sätta en korrekt rubrik och tydliga källor i artiklar som delas på de olika plattformarna. Respondent A håller delvis med om detta, däremot anser hen att journalister allmänt är lata när det gäller rubriksättning och källhänvisning. Respondent A anser även att journalisterna måste länka korrekta källor i form av rapporter, statistik med mera för att bygga en högre trovärdighet gentemot läsarna. Respondent B hävdar att det är av stor vikt att källhänvisa korrekt för att visa att nyhetsredaktionen är opartisk. Respondent C anser att rewriting är ett vanligt problem då det är fokus på att det ska gå snabbt när artiklar ska publiceras på sociala medier och källor hinner inte undersökas på ett fördjupande sätt och C håller med om att rubriken är en viktig aspekt när det gäller trovärdighet samt att det påverkar kvalitén på artiklar som publiceras. Rubriker vinklas oftast väldigt mycket och vid låsta artiklar kan läsarna ibland bara läsa rubriken vilket kan leda till att läsaren tror att rubriken speglar innehållet vilket leder till missförstånd. Respondent F har en stark åsikt gällande att Facebook borde ta bort icke trovärdiga nyheter som sprider felaktigheter på sociala medier, då det blir svårare för läsaren att skilja på vad som är sant och inte sant på sociala medier.

4.4 Hur mäter Journalisterna trovärdighet?

Respondent A, B, C, D, E och F svarade att de inte själva mäter sin trovärdighet. Dock anser samtliga journalister att mäta trovärdigheten är något som de anser är viktigt. Respondent D berättar dock att hans arbetsgivare tittar på Förtroendebarmetern för de få en mer generell uppfattning på hur trovärdigheten ser ut hos hans arbetsgivare. Respondent A, C och F tycker att det är en bra idé på att mäta trovärdigheten hos sina läsare genom att göra djupintervjuer.

4.5 Utvecklingen av journalistiken

Respondent A, D och E menar på att jobbet är i grunden samma arbetssätt i dag men att det nu är av större vikt att värdera rätt på vad som är sant och relevant, då nyhetsvärderingarna är annorlunda då en timmes gammal nyhet kan vara helt irrelevant i morgondagens papperstidning. Respondent B och C anser att det är en positiv utveckling men har inte lika lång erfarenhet då de har i första hand arbetat med online publicering. Respondent A, B, C, D, E och F menar på att den största skillnaden sen journalistiken hamnade på internet är hos läsarna som utsätts för allt mer felaktigheter. Samtliga respondenter anser att möjligheten att ändra publicerade artiklar är väldigt positivt, detta är ett större problem när det blir felaktigheter i papperstidningen då justeringen syns först i nästa upplaga av papperstidningen.

4.6 Flerkanalspublicering

Respondent D menar på att det sker ett ständigt nyhetsflöde som hans arbetsgivare är med och levererar samt berättar även att för 15 år sedan var en nyhet "stor" under en hel dag medans med teknikens utveckling kan en nyhet vara stor i två timmar. Detta beror på att läsare idag kan ta del av flera nyheter samtidigt. Respondent A anser att flerkanalspublicering är positivt då hen kan gå in och beröra flera människor samtidigt men även möjligheten att sprida sina nyheter mer och således påverka fler. Respondent C anser att det finns möjligheter att utveckla flerkanals publiceringen mer på hans nyhetsredaktion. Hen menar att det kan skapas olika dimensioner av samma nyhet i form av bildspel, video, podcast och TV vilket leder till ett högre tempo som är positivt för läsaren. Enligt Respondent C är en negativ aspekt att vid högt tempo kan nyheter innehålla felaktigheter såsom stavfel, grammatiska fel och inte genomarbetade källor vilket i sin tur påverkar trovärdigheten. Respondent F anser att flerkanals publiceringens största hot är nättrollen som har blivit ett samhällsproblem medan de positiva aspekterna med större räckvidd väger över, men poängterar att så länge det går att få bukt med nättrollen finns det bara fördelar.

Enligt respondent B är det viktigt att vid flerkanalspublicering vara beredd på att bemöta läsares kommentarer på artiklar i större utsträckning än vid traditionell publicering. Genom att bemöta kommentarer som är felaktiga eller har felaktiga uppgifter kan respondent B hänvisa till artikeln för att rätta kommentaren och menar därmed på att kommentarsfälten kan ta en felaktig vändning samt skena iväg med personpånäpp eller hets mot folkgrupp. Respondent F berättar att flera personer som går ihop för att kommentera felaktigt gällande en artikel oftast går på personangrepp och lockar fram anonyma nättroll. Respondent E anser att kvaliteten på artiklarna går ner vid flerkanalspublicering och detta är för att det läggs mer tid på rubriken för att leverera en nyhet snabbt och för att få klick. Respondent E menar att dessa "snabba" nyheter fanns inte förr utan var då mer genomarbetade och grundligt utformade i papperstidningen, men är däremot mest aktiv på Twitter i sitt yrke. Ett problem respondent E upplever, när hen är aktiv på Twitter som journalist, är att det ibland kan blandas ihop med privatlivet.

4.7 Journalister på sociala medier

Respondent C föredrar att ha en tvåvägs kommunikation med sina läsare, hen interagerar oftast med sina läsare på Twitter och är av åsikt att publiceras en artikel och delas då måste kommentarer bemötas, det kan ge journalister nya insikter. Respondent A, C och D är instämmande gällande att artiklar bör delas på sociala medier och där man även kan vara aktiv med sina läsare. Respondent A anser att en fördel med att interagera med sina läsare på sociala medier är att det är relationsbyggande med läsarna, ett exempel kan vara om någon kommenterar på en artikel så kan andra läsare också gå in och bemötta kommentaren om den är felaktig. Respondent B har likvärdiga åsikter gällande relationsbyggande men är tydlig med att hen själv går in om diskussionerna spårar ur i form av rasism och hets mot folkgrupp, dock anser hen att det positiva är när läsarna berörs av journalisters artiklar. Idag är relationen till läsarna på sociala medier av största vikt, förr när läsare ringde in och anmärkte på artiklar brydde sig journalisterna mindre än vad de gör idag hävdar respondent D.

Respondent F berättar att de artiklarna de delar på sociala medier får stor spridning, det är positivt att ha möjlighet att diskutera innehållet i artiklar som publiceras med läsarna dock är det en fin linje när det kan gå över till det negativa med att diskutera med läsarna såsom nättroll och hets mot folkgrupp. Dock anser respondent F att det är överlag positivt då de kan underbygga sina artiklar med läsarna i kommentarerna vilket leder till att hen anser att deras trovärdighet ökar. Respondent D påpekar även att hen inte anser att det inte finns något negativt med tvåvägskommunikation på sociala medier. Däremot bemöter inte respondent E kommentarerna på sina artiklar på sociala medier då hen anser att det tar för mycket tid och det inte går att besvara alla läsare.

4.7.1 Läsares interaktion med journalister och övriga läsare

Respondent I och J upplever att deras kommentarer bemötts på sociala medier och att journalisterna som skrivit nyheterna även öppnat upp för diskussion med läsaren. De upplever även att diskussioner med andra läsare i kommentarsfältet kan vara givande. Respondent G har blivit mindre aktiv i kommentarsfälten sedan hen har blivit utsatt för en grupp människor som har utfört kränkande kommentarer mot hen i efterhand. Respondenten menade på att ansvaret att moderera kommentarer ligger hos journalisten men att det kan vara svårt att kontrollera vad som sker utanför kommentarsfältet. Respondent H tycker att det är positivt om journalister och läsare kan ha en gemensam diskussion för att skapa nya insikter och hitta felaktigheter i en nyhet. Respondent H tycker även att i de kommentarsfält hen har varit aktiv har nättroll tagits bort vid de tillfällen de har förekommit. Samtliga respondenter anser att vid känsliga nyheter kan tonaliteten i kommentarsfälten hårdna och grupperingar sker. Respondenterna H och I anser att de lokala nyhetsredaktionerna är bra på att hålla kommentarerna på en lagom nivå när tonaliteten hårdnar. Respondent J ser fördelar med att kunna kommentera en nyhet men även nackdelar, främst då de gäller politiska nyheter där tonaliteten blir negativ.

5 Diskussion

I detta kapitel presenteras en diskussion av den tidigare presenterade teorin och resultat från de kvalitativa intervjuerna. I diskussionen jämförs resultatet med teorin för att besvara frågeställningen och uppfylla syftet med studien.

5.1 Trovärdighet hos journalister

Tydliga samband kan hittas mellan journalisters syn på trovärdighet och vad läsare anser är viktigt för trovärdighet. Medieakademien (2018) har gjort mätningar som visar att lokala tidningar har en högre trovärdighet än kvällstidningar samt att förtroende för kvällstidningar minskar. Respondenterna anser att de viktigaste komponenterna för trovärdighet är ärlighet, fakta, språk, utformning av text samt transparens. Missvisande rubriken kan leda till att minska konsumtion (H & I, 2018). Detta kan återspeglas i respondent C påpekande att rubriker inte får vinklas för mycket vilket kan kopplas till kvällstidningarnas sätt att publicera artiklar, vilket i andra hand kan leda till minskad trovärdighet hos läsaren.

Detta kan kopplas till Feighery (2011) som beskriver att en av anledningarna till att lokala tidningarnas läsare har större trovärdighet byggs på läsarnas lokal kännedom och därav har läsaren större kännedom på nyheter i när omliggande områden. Enligt respondent G kan en lokal nyhetsredaktion skapa större trovärdighet hos sina läsare genom att skapa en relation i form av tvåvägskommunikation i kommentarsfält. Däremot menar Giertha (2012) att journalister generellt har låg trovärdighet enligt olika mätningar. Respondent F understryker att transparens av fakta detta kan vara en grund för att skapa trovärdighet hos läsaren. Då kan läsare som har större lokalkännedom enklare kontrollera fakta. En studie visar att journalister utnyttjar läsarnas förtroende genom att skriva om nyheter som läsarna uppfattar som trovärdigt (Herrer et al., 2015). Vilket även kan härledas till att journalister bör vara opartiska vilket inte alltid är fallet (Svensson, 2015).

J (2018) tycker till skillnad från de andra intervjuade journalisterna att journalisten måste kunna bemöta kommentarer till nyheten på sociala medier. Samtliga intervjuade läsare tar även upp vikten av att journalisterna är närvarande på sociala medier om nyheten publiceras i lokala medier. Med detta resultat kan vi konstatera att ingen av de intervjuade journalisterna har nämnt vikten av att skriva opartiska texter för att skapa en trovärdig text vilket kan betyda att de publicerar nyheter som de lokala läsarna vill konsumera. Däremot fokuserar journalisterna ganska likartat i vad som ger trovärdighet i deras publicerade nyheter. En trovärdig nyhet bör innehålla underbyggda fakta och ärlighet (A & B, 2018). Däremot kan det vara svårt att bevisa sin ärlighet i en nyhet för konsumenten. Textens format och språk är viktigt för att upprätthålla trovärdighet (C & E, 2018). Läsarna G, H, I och J (2018) menar dock att det viktigaste är att journalisten är aktiv i kommentarsfälten på sociala medier, särskilt när det rör sig om publikationer i lokala medier. Vilket kan vara avgörande för att konsumenten ska bibehålla en hög trovärdighet hos läsaren.

5.1.1 Källkritik hos journalister

Enligt rekommendationer bör journalister kontrollera fakta, låta läsarna verifiera källorna själva, vara transparenta hur nyhetsredaktioner finansieras, vara tydliga med tillvägagångssättet för skapandet av nyheter och till sist ha en tydlig policy för korrigerande av nyheter (Kessler, 2013). Om nyhetsredaktionen har ett gott renommé och är transparenta i hur de arbetar tenderar det att läsaren är mindre källkritisk vid anonyma källor (H & I, 2018).

Respondent G (2018) däremot förespråkar rekommendationen av att presentera källan för att läsaren ska kunna verifiera denna. Traditionellt har fyra punkter legat till grund för källkritik inom journalistiken, dessa fyra punkter är: äkthet, aktualitet, primär eller sekundär källa och källans intresse i budskapet, däremot finns det ett modernare perspektiv som är mer anpassat. Detta så kallade moderna perspektiv har samma fyra utgångspunkter men även tre ytterligare vilket är trovärdighet, världsbild och förutsättningar (Leth & Thurén, 2000). Den utgångspunkt som respondent G, H, I & J (2018) anser är viktigast är källans ursprung när det gäller trovärdighet. Detta kan kopplas till vikten av att kontrollera fakta. För att det inte ska uppstå problem med trovärdigheten diskuterar journalister aktivt med sina kollegor hur de ska arbeta för att upprätthålla en hög trovärdighet (B, C, D, E & F, 2018). Vid felaktigt arbetssätt som avviker från verksamhetsplanen görs arbetet om enligt respondent D och detta kan kopplas till vad respondent B berättar gällande hur de ska agera på tips från källor som är tveksamma. Vid publicering av känsliga artiklar diskuteras det angående hur arbetsgivarens riktlinjer följs (D, 2018). Förfalskning av information kan kännetecknas genom att avsändaren undertecknar sig som en annan person som är kunnig inom ämnet vilket gör att det i grund och botten handlar om äkthet (Silverman, 2015).

Journalisterna har diskussioner gällande riktlinjer för källkritik. Däremot framgår det inte om de rekommenderade arbetsmetoderna följs helt enligt verksamhetsplanen eller inte. Det framgår inte heller om journalisterna arbetar utifrån de presenterade punkterna som traditionellt- och modernt perspektiv men att en medvetenhet finns hos journalisterna. Äkthet är även en viktig del av det källkritiska arbetet och kan återspeglas i Silverman (2015) påpekande gällande förfalskning av information.

5.1.2 Journalistikens utveckling

Generellt svarar journalisterna att arbetet är samma idag som det var förr i tiden dock är det av större vikt att värdera rätt vad som är sant och relevant. Nyheter måste publiceras snabbare idag via exempelvis tidningens hemsida. Vanliga fel i artikeln grundar sig i att källan har angett felaktig information, och som då inte kan kontrolleras mot andra källor. Journalister kan även anse att nyheten inte är sensationell eller kan önska att den var sann. (Randall, 2011)

Det är viktigt att kontrollera källan mot andra källor för att bekräfta informationen och validera trovärdigheten (Leth & Thurén, 2000). Samtliga journalister tycker att den största skillnaden sen nyhetsredaktioner hamnade på internet är att läsaren utsetts för en större risk av att ta del av felaktigheter i nyheterna. Det positiva med att nyheter finns på internet är att möjligheten till att justera publicerade nyheter direkt vilket däremot inte går i tryckta tidningar.

Användare har idag möjlighet att forma och kontrollera sina nyhetsflöden efter önskemål, detta har inneburit ett nytt förhållningssätt till information för användaren (Hermida, Fletcher, Korell & Logan, 2012). Det sker ett ständigt nyhetsflöde som tack vare digitaliseringen gör att en nyhet kan vara stor i två timmar vilket gör att läsare idag kan ta del av många nyheter samtidigt (D, 2018). Respondent C tycker att det finns möjligheter att utveckla flerkanals publiceringen hos hens arbetsgivare i form av att skapa nya dimensioner av samma nyhet exempelvis tv, bildspel och podcast. Detta blir ett större ansvar för att användaren är källkritisk och värderar informationen vilket betyder att användaren måste sortera text, bilder och åsikter (Marhci, 2012). Respondenterna nämnde detta inte som ett problem vilket dock bör vara en viktig aspekt gällande hur skolad konsumenten är i källkritik. Det blir vanligare med delningar av nyheter för att skapa debatter (Hermida et al., 2012). I dessa debatter är det viktigt att nyheterna som ligger till grund är av sann karaktär.

5.2 Flerkanalspublicering

Kvaliteten kan bli lidande vid flerkanalpublicering då det exempelvis läggs mer tid på rubriken för att skapa klick än kvaliteten på själva texten i artikeln (E, 2018). Detta kan göra att internetanvändare interagerar i form av kommentarer och vidare i diskussioner om nyheter på sociala medier kallas för interactive journalism (Domingo, Heionen, Paulussen & Quandt, 2007). Både positiv och negativ tonalitet kan verka i dessa kommentarer och diskussioner som förs kan vara exempelvis felaktig information (Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos & Ladwig, 2014). Där längd och grund är avgörande faktorer för tonaliteten (Rowe, 2014). Detta kan kopplas till vad respondent F berättar om hans erfarenheter till möjligheten att interagera med sina läsare på sociala medier där det är en fin linje mellan positiv och negativ tonalitet. Tonaliteten i kommentarsfälten kan svänga snabbt menar respondent F men påpekar att det är överlag positivt att kunna underbygga sina artiklar i diskussioner med läsaren i kommentarsfälten. Enligt Bashir & Aldaihani (2017) är kontroll på konsumenternas reaktioner viktigt vilket speglar respondents Fs åsikter. Två av de läsande respondenterna har positiv erfarenhet av att interagera med journalister och andra läsare då det kan ge givande inblickar. Däremot är respondent G mindre aktiv efter blivit kränkt för sina kommentarer. Denna form av kränkning kan härleda till Lebons teori. LeBon (2001) förklarar teorin gällande folkmassans gemensamma tänkande där en folkmassa kan utföra handlingar som de känner ett mindre individuellt ansvar för. Detta kan i sin tur kopplas samman med hypotesen Rowe (2015) beskriver gällande anonymitet i kommentarsfält. Att bemöta kommentarer som är felaktiga eller har felaktiga uppgifter kan hänvisning till artiklarna generera att kommentarsfältet har en god tonalitet (B, 2018).

De intervjuade lokala nyhetsredaktionerna är bra på att hålla kommentarerna på en lagom nivå när tonaliteten hårdnar (H & I, 2018). Men respondent G menar att journalisterna har ett ansvar över att kommentarsfälten har en god tonalitet vilket kan vara problematiskt då respondent F poängterar att när kommentarsfältet grupperas av personer som har samma åsikt blir tonaliteten negativ vilket lockar fram anonyma nättroll som gör personangrepp. Dessa nättroll brukar enligt respondent Hs erfarenheter plockas bort. Detta sammanstrålas med Ingves (2015) syn på att yttrandefriheten ställs på prov, då det råder en gråzon gällande vad som är lagligt på internet som problematiseras av spridningar av anonyma kommentarer världen över.

Möjligheten att skapa diskussioner med en organisation har skapat nya förutsättningar, organisationer som interagerar med sina konsumenter på ett korrekt förhållningssätt upplevs positivt hos organisationens konsumenter. Genom att bemöta kommentarer av olika tonalitet snabbt kan organisationen behålla ett gott anseende och hög trovärdighet. (Floreddu & Cabiddu, 2016) Detta kan liknas med respondent C arbetssätt i att bemöta sina läsare med en tvåvägskommunikation där hen är av åsikt att en artikel som delas ska kommentarer även bemötas. Respondent C påpekar att detta är ett bra sätt för journalister att få nya insikter. Detta kan liknas med respondent J åsikt om att det finns fördelar med att kunna kommentera en nyhet men även nackdelar, främst då de gäller politiska nyheter där tonaliteten blir negativ.

Resultatet stödjer de aspekter som teorin avhandlar angående journalisters interaktion med konsumenter vid flerkanalpublicering men även läsarnas möjligheter att kommunicera med journalisten. De positiva aspekterna genomsyras av journalisters möjlighet att diskutera och skapa förtroende hos konsumenterna detta kan liknas vid vad respondent A tycker om interaktionen men även vad samtliga läsande respondenter tycker. A tycker att det är en fördel och ser positivt på att skapa relationsbyggande diskussioner. Likaså vid varumärkes byggande och möjlighet att skapa en Community där journalisten kan skapa fans som är lojala. Även som respondent F betonar ges det möjlighet till att tillhandahålla underbyggda fakta till konsumenterna. De negativa aspekterna av nättroll påpekas av respondent G och tas i beaktning av respondent F men även respondent B som har ett arbetssätt för att förhindra nättroll. Det verkar dock inte som att samtliga journalister har ett tydligt arbetssätt för att bibehålla god tonalitet i kommentarsfält på sociala medier och det framgår inte som ett problem för övriga intervjuade journalister.

6 Sammanfattning

Här presenteras slutsatsen från föregående kapitel som besvarar uppsatsen frågeställning.

6.1 Slutsats

Denna studie visar ett tydligt resultat på att trovärdighet är en viktig aspekt hos de intervjuade respondenterna, både journalister och läsare, som dock är av olika åsikt angående vad som skapar trovärdighet. Detta resultat bygger delvis på att majoriteten av de intervjuade journalisterna anser att deras publicerade nyheter ska ha underbyggda fakta och innehålla en kärna av äkthet som utgångspunkt, men även att språket ska vara korrekt och att anpassa text utifrån målgrupp. De intervjuade läsarna värderar däremot källans ursprung i första hand. Majoriteten av de intervjuade journalisterna diskuterar aktivt med sina kollegor angående deras trovärdighet som journalist men även hur nyhetsredaktionerna trovärdiga rykte beaktas, vid gott renommé tenderar läsaren att lita på att källorna är korrekta. Därav är det viktigt att journalister kontrollerar källor, låter läsaren verifiera källan själva samt är tydliga med tillvägagångssättet för skapandet av nyheterna. Journalisterna bör även ha en tydlig policy gällande justering av felaktiga nyheter. De intervjuade läsarna poängterar även att trovärdighet byggs av närvarande journalister på sociala medier som interagerar med sina läsare vilket skiljer sig från journalisternas syn.

Då dagens nyhetspublicering sker betydligt snabbare än förr blir det svårare för journalister att kontrollera källor, språket och ha ett tydligt tillvägagångssätt för skapandet av nyheten. Innan sociala medier blev en plattform för nyheter hade journalisterna mer tid att kontrollera sina källor och genomarbeta nyheten. Journalisterna är medvetna om att det höga arbetstempot kan medföra felaktigheter då nyheter ska ut allt snabbare, men är medvetna om att nyheterna behöver behålla god kvalitet. Vid flerkanalpublicering kan innehållet i nyheten bli lidande då det exempelvis läggs mer tid på rubriken för att skapa klick. Vilket kan skada trovärdigheten för nyheten enligt de intervjuade läsarna. Detta kan även skapa både positiv och negativ tonalitet i kommentarsfälten på sociala medier där diskussioner hos läsarna kan ge positiva insikter men även felaktig information och påverka trovärdigheten, då är det viktigt att journalisterna går in och bemöter läsarna och hänvisar till källan om så krävs. Det är viktigt för journalister att arbeta på ett tydligt sätt i kommentarsfält på sociala medier för att skapa god trovärdighet och även för att skapa nya insikter av nyheten.

6.2 Förslag på vidare forskning

Författarna föreslår vidare forskning i form av fler intervjuer på de undersökta nyhetsredaktionerna för att skapa en tydligare bild av journalisters bedömning gällande deras egna trovärdighet och även hur trovärdighet bör upprätthållas, även fler intervjuer av läsare är att föredra. Detta ger en mer generell bild över hur de undersöka lokala nyhetsredaktioner arbetar och detta kan sedan jämföras mot studier på större nyhetsredaktioner där likheter och skillnader kan studeras mellan journalister sinsemellan men även mellan mindre lokala och större nyhetsredaktioner.

Referensförteckning

- Ahrne, G & Svensson, P. 2014. Handbok I kvalitativa metoder. Stockholm: Repro AB
- Alvehus, J. (2013) *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber.
- Andersen, B. 1998. Den uppenbara verkligheten val av samhällsvetenskaplig metod. Lund: Studentlitteratur AB
- Bakir, V. & Barlow, D. (2007). *Communication in the Age of Suspicion: Trust and the Media*. New York, Palgrave Macmillan.
- Bryman, A., & Nilsson, B. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber ekonomi.
- Carr, J. Barnidge, M. Lee, B G & Tsang, S. 2017. Evaluating the Credibility of Mainstream and Citizen Journalism. Tillgänglig på:
<http://journals.sagepub.com.proxy.mah.se/doi/abs/10.1177/1077699014538828>
- Choi, S. (2015). The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums. *Social Science Computer Review*, 33(6), 696-711
- Christensen, L., Engdahl, N., Grääs, C. & Höglund, L. (2011). *Marknadsundersökning – en handbok*. Lund: Studentlitteratur
- Chung, J., Hyunjung, K., Jang Hyun, K. 2010. “An anatomy of the credibility of online newspapers”, *Online Information Review*. Vol. 34 Issue: 5, pp. 669-685,
<https://doi.org/10.1108/14684521011084564>
- Chung, M. 2017. Not just numbers: The role of social media metrics in online news evaluations. Tillgänglig på: <https://www-sciencedirect.com.proxy.mah.se/science/article/pii/S074756321730393X?via%3Dihub>
- Couldry, N. & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Darr, J. 2017. Presence to Press: How Campaigns Earn Local Media. Tillgänglig på:<http://www-tandfonline-com.proxy.mah.se/doi/abs/10.1080/10584609.2015.1107158>
- Domingo, D, Heionen, A, Paulussen, S, Quandt, T. (2007) *Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making Process*, Observatorio
- Ejvegård, R. 2012. *Vetenskaplig metod*. Uppl. 4. Lund: Studentlitteratur AB

- Ekström, M, Larsson, L. 2010. Metoder i kommunikationsvetenskap. Lund: Studentlitteratur AB
- Elliot, M. (1997) *Förtroendet för medierna – TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Göteborgs universitet, ISBN 91–88212–15-7
- Feighery, G. 2011. “Conversation and credibility: Broadening journalism criticism through public Engagement”, *Journal of Mass Media Ethics*. Vol. 26 Issue: 2, pp. 158-175, <https://doi.org/10.1080/08900523.2011.559806>
- Ferrucci, P & Neill, S & Shauster E. 2016. *Native Advertising Is the New Journalism: How Deception Affects Social Responsibility*. Tillgänglig på: <http://journals.sagepub.com.proxy.mah.se/doi/pdf/10.1177/0002764216660135>
- Flick, U. (2006). *An introduction to qualitative research*. (3. ed.) London: SAGE.
- Gavin, Neil T., (ed.). 1998. *The Economy, Media and Public Knowledge*. London: Leicester University Press.
- Gierrta, H. 2012. Orättvist lågt förtroende Tillgänglig på: <https://www.journalisten.se/blogg/2012/03/12/orattvist-lagt-fortroende>
- Harboe, T. (2013). *Grundläggande metod: den samhällsvetenskapliga uppsatsen*. Gleerup.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., Logan, D. (2012). Share, like, recommend. Decoding the social media news consumer. *Journalism Studies*, 13(5-6):815-824, DOI:10.1080/1461670X.2012.664430
- Herrero, B., Berganza, R & Calderón, C. 2015. Digital media journalists vs. traditional media journalists: socio-demographic characteristics, and external and internal threats to their autonomy. “*El Profesional de la Información*”. Vol. 25 Issue: 2, pp. 179-187, <https://doi.10.3145/epi.2016.mar.04>
- Holme, I M & Solvang, B K. 1991. *Forskningsmetodik*. Uppl. 2. Lund: Studentlitteratur
- Ingves, M. (2015) *Det anonyma näthatet – en konflikt mellan yttrandefrihet och personlig integritet*. Tillgänglig på: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=8498479&fileOid=8568361>
- Johnson, K & Wiedenbeck, S. 2015. *Evaluating the Credibility of Mainstream and Citizen Journalism*. Tillgänglig på: <http://journals.sagepub.com.proxy.mah.se/doi/abs/10.1177/107769900908600205>.

- Johnson, T & Kaye, B. 2014. Credibility of Social Network Sites for Political Information Among Politically Interested Internet Users. Tillgänglig på:
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12084/abstract>.
- Kalman, H. e & Lövgren, V. e. 2012. Etiska dilemman: forskningsdeltagande, samtycke och utsatthet. Malmö: Gleerups
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, Ill: The Free Press, s 124-134.
- Kessler, G (2013) Tillgänglig på: https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/about-the-fact-checker/?utm_term=.51ef8fedc6fe
- Kvale Steinar (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur, Lund, ISBN 978- 91-44-00185-2
- Lantz, A. 2008. Kompendium Intervjumetodik, kvalitativa analyser och rapportering av kvalitativa undersökningar. Tillgänglig på:
<http://web.comhem.se/u68426711/27/IntervjumetodKvalitativAnalys.pdf>
- Le Bon, G. (2001) *The Crowd [Elektronisk resurs] a study of the popular mind*. Kitchener, Ont.: Batoche.
- Leth G. & Thurén, T. (2000) *Källkritik för internet*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar. Rapport 177
- Marchi, R. (2012). With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity”, *Journal of Communication Inquiry*. 36(3), pp. 246-262.
- Medieakademien (2018) Presentation förtroendebarmetern 2018. Tillgänglig på:
http://medieakademien.se/wp-content/uploads/2018/03/Presentation-fortroendebarmetern_2018.pdf
- Merriam, S. 1994. Fallstudien som forskningsmetod. Lund: Studentlitteratur
- Olsson H, Sörensen S (2007) *Forskningsprocessen – Kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. Liber, Stockholm, ISBN 978-91-47-08408-1
- Patel R, Davidson B (2003) *Forskningsmetodikens grunder; Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Studentlitteratur, Lund, ISBN 91-44-02288-3

Randall, D. (2011) *The universal journalist: Fourth edition*. 4 uppl. New York, NY: distributed in the United States of America exclusively by Palgrave Macmillan.

Reich, Z & Mor, N. 2017. From "Trust Me" To "Show Me" Journalism. Tillgänglig på:<http://www-tandfonline-com.proxy.mah.se/doi/abs/10.1080/17512786.2017.1376593>

Rowe, I. (2015). Civility 2.0: a comparative analysis of incivility in online political discussion. *Information, Communication & Society*, 18 (2), 121-138. doi:10.1080/1369118X.2014.940365

Silverman, C. (2015) *Lies, damn lies, and viral content: how news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims, and misinformation*. Tillgänglig på: http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf

Svensson, G. 2015. Därför har svensk journalistisk låg trovärdighet. Tillgänglig på: <http://nordinavia.se/2015/11/darfor-har-svensk-journalistisk-lag-trovardighet>

Thurén, T. 2013. Källkritik. Uppl. 3. Stockholm: Liber AB

A, 2017. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-09

B, 2017. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-09

C, 2018. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-09

D, 2018. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-09

E, 2018. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-16

F, 2018. Journalist från lokal nyhetsredaktion 2018-03-17

G, 2018. Läsare av lokal nyhetsredaktion 2018-06-18

H, 2018. Läsare av lokal nyhetsredaktion 2018-06-18

I, 2018. Läsare av lokal nyhetsredaktion 2018-06-18

J, 2018. Läsare av lokal nyhetsredaktion 2018-06-1

Bilagor

Bilaga 1 Intervjuguide för journalister

Kan ni berätta lite om er själva? Utbildning? Yrkesbakgrund?

Hur länge har du arbetat som journalist?

Vad är det i ditt yrke som du brinner för?

Vad fick dig till att vilja bli journalist?

Definiera vad trovärdighet betyder för dig

Hur arbetar ni med trovärdighet mot era läsare på k-bladet?

Hur mäter ni er trovärdighet ute bland era läsare? Om ja, Vad säger den? Om nej varför inte?

Tror du att läsare upplever journalister som mindre trovärdiga vid publicering på internet?

Hur upplever du er trovärdighet idag?

Är trovärdighet någonting som ni aktivt arbetar för eller pratar om journalister sinsemellan?

Ser du några skillnader i ditt arbete sedan journalistiken hamnade på internet jämfört med idag? vad tycker du om utvecklingen?

På vilka kanaler finns ni i dagsläget? Vilka förespråkar du? (prata och fråga mest om Facebook)

Vilka positiva och negativa följder får flerkanalpublicering för dig/er?

Vilka är de största skillnaderna med att publicera online och traditionellt (tidning) finns det några skillnader? Exemplifiera gärna.

Hur bemöter ni era kommentarer på Facebook? 21 358 följare, vad finns det för mål med att finnas på Facebook? Finns ni även på Twitter?

Hur ser du på att ha interaktion från era läsare? Positiva och negativa aspekter?

Ser du några fördelar/nackdelar med att bjuda in läsarna till en tvåvägs kommunikation?

Vad tror du måste utvecklas för att trovärdigheten för publicerade media på sociala medier ska bli bättre?

Bilaga 2 Intervjuguide för läsare

Kan ni berätta lite om er själva? Utbildning? Yrkesbakgrund?

Hur länge har du läst Kristianstadsbladet? Lyssnat/läst på Sveriges radio Kristianstad?

Vad fick dig att läsa dina nyheter här?

Definiera vad trovärdighet betyder för dig?

Hur upplever du de lokala nyhetsredaktioner trovärdighet idag?

Vilka positiva och negativa följder får flerkanalpublicering för dig?

Hur ser du på att ha interaktion med andra läsare och journalister? Positiva och negativa aspekter?

Ser du några fördelar/nackdelar med att bjuda in journalister och andra läsare till en tvåvägskommunikation i kommentarsfält?

Vad tror du måste utvecklas för att trovärdigheten för publicerade media på sociala medier ska bli bättre?