



LUNDS
UNIVERSITET

Effekten av politiskt *partisanship* vid exponering för
desinformation

The effect of political *partisanship* upon exposure to
disinformation

Mathilda Andersson

Alice Lindvall

Kandidatuppsats i psykologi, VT 2024

Handledare: Susanne Wiking

Examinator: Åse Innes-Ker

Abstract

The current study explores the impact of political *partisanship* among Swedes upon exposure to political disinformation through fake news online. Utilizing a quantitative research approach, participants were recruited through social media platforms known to promote engagement through algorithms and subsequently asked to complete an online survey. The study's research question was: *what significance does political partisanship hold when Swedes are exposed to political disinformation online?* Which was examined by mapping political *partisanship* by coalition affiliation and then exposing participants to eight fabricated news article headlines, paired with politicians associated with either the right or left coalition. The impact of *partisanship* was assessed by the acceptance rates of the fake news content among participants, as well as the strength in reaction reported upon exposure to each positive and negative stimuli about perceived ingroup and outgroup politicians. Data was analyzed through one-way ANOVAs and correlation matrices. The results supports the notion of an ingroup bias in regard to positive ingroup stimuli, and further strengthen earlier findings about a negativity bias in regards to news content, though no negative outgroup bias effect could be concluded. Furthermore, there was a significant correlation between prior beliefs about the politicians and the subsequent assessment of the credibility of the news.

Keywords: *partisanship*, disinformation, social identity theory, in-group, out-group, in-group bias, negativity bias, confirmation bias

Sammanfattning

Förevarande studie utforskar betydelsen av *partisanship* när svenskar exponeras för politisk desinformation genom fake news. Undersökningen antog en kvantitativ ansats och rekryteringen av deltagare skedde via sociala medieplattformar kända för att premiera användarengagemang med hjälp av algoritmer, där deltagarna ombads delta genom att genomföra en onlineenkät. Forskningsfrågan som vägledde arbetet var: *vilken betydelse har politiskt partisanship när svenskar exponeras för politisk desinformation online?* Forskningsfrågan undersöktes genom en kartläggning av respondenternas politiska *partisanship* i fråga om blocktillhörighet, följt av att de exponerades för åtta fabricerade nyhetsrubriker kombinerade med bilder av partiledare som associeras med antingen höger- eller vänsterblocket. Effekten av *partisanship* bedömdes genom acceptansnivåer kopplade till innehållet i de fabricerade nyheterna samt styrkan och beskaffenheten av den reaktion som deltagarna uppgav sig uppleva när de först exponerades för positiva respektive negativa stimuli kopplade till upplevda in- respektive utgruppspolitiker. Datan analyserades med hjälp av envägs-ANOVA och korrelationsmatriser. Resultaten ger stöd åt tesen om ett ingrupsbias avseende positivt ingrupsstimuli och stärker vidare tidigare forskning som anfört att ett negativitetsbias knutet specifikt till nyhetsrapportering, men däremot påvisades inget tydligt negativt utgruppsbias. Vidare konstaterades en signifikant korrelation mellan deltagarnas förutfattade uppfattningar om olika politiker och hur trovärdiga de ansåg att nyhetsrubriker om politikerna upplevdes vara.

Nyckelord: *partisanship*, desinformation, social identitetsteori, in- och utgrupp, ingrupsbias, negativitetsbias, bekräftelsebias

Tack!

Vi vill tacka vår handledare, Susanne Wiking, som har bidragit med värdefulla insikter och väglett oss under arbetets gång. Vi vill även tacka alla respondenter som bidrog med sin värdefulla tid för att delta i vår undersökning samt vänner och familj som bidragit med stöd och motivation under skrivprocessen. Slutligen vill vi tillägna ett extra stort tack till våra “piloter”, vars utförliga feedback och konstruktiva kritik möjliggjorde utvecklingen av den enkät som slutligen gick ut till respondenter.

Effekten av politiskt *partisanship* vid exponering för desinformation

”/.../ the top concern for the next two years is not conflict or climate. It is disinformation and misinformation, followed closely by polarization within our societies.” (von der Leyen, 2024).

Desinformation definieras av Europeiska kommissionen som “[innehåll av] falsk eller vilseledande karaktär som sprids med en intention att förleda [publiken] alternativt säkra ekonomisk eller politisk framgång och som kan orsaka skada för allmänheten” (Hernandez, 2024). Med anledning av de senaste decenniernas snabba informationsteknologiska framsteg har medielandskapet förändrats avsevärt. Som en följd av detta har befolkningens mediekonsumtionsvanor förändrats vilket, enligt Wagnsson och Barzanje (2019), öppnat upp för nya former av aggressiv informationspåverkan. Särskilt framväxten av sociala medier har inneburit ökade möjligheter att sprida desinformation i stor skala och på många olika språk, vilket nyttjas av såväl statliga som icke-statliga aktörer i syfte att erodera förtroendet för institutioner och destabilisera samhällen inifrån (Wagnsson & Barzanje, 2019).

Desinformation, misinformation och falska nyheter är alla ständigt närvarande inslag i den digitala miljön, inslag som i allt högre utsträckning betraktas som högprioriterade säkerhetspolitiska hot i såväl EU som Sverige (von der Leyen, 2024; Säkerhetspolisen, 2024). Problematiken med falska uppgifter som kamoufleras som trovärdiga och sedan bäddas in i det bredare informationsflödet är dock komplex. Det är inte enbart risken att människor tar till sig desinformation som utgör en risk i demokratiska samhällen, därtill finns dessutom en farhåga att individer med anledning av desinformationsflödet även ska sluta känna tillit till information som förmedlas av samhällets pålitliga aktörer (Mercier, 2020). Faktum är att många desinformationskampanjer inte syftar främst till att framhärda specifika budskap, utan att åstadkomma just osäkerhet, förvirring och emotionella reaktioner som i nästa led kan skada förtroendet för demokratiska institutioner (Cormac & Aldrich, 2018). Under de senaste åren har det säkerhetspolitiska läget försämrats på ett globalt plan, med både väpnade och diplomatiska konflikter som följd. Även i Sverige har det säkerhetspolitiska läget försämrats, och Säkerhetspolisen (SÄPO) har sedan augusti 2023 höjt landets terrorhotnivå till en trea på den fyrgradiga skalan. Højningen motiveras av SÄPO i följande ordalag:

Kraftiga reaktioner på koranbränningar, i kombination med desinformationskampanjer som att svenska myndigheter kidnappar muslimska barn, samt bilden av Sverige som ett islamfientligt land har lett till att Sverige ses som ett mer legitimt mål bland våldsbejakande extremister. Som en konsekvens har terrorhotnivån höjts och ligger på ett högt hot. (Säkerhetspolisen, 2024, s. 6)

Myndigheten skriver vidare att den subversiva verksamheten som bedrivs i Sverige, genom bland annat propaganda och desinformation, kan spåras till en mängd olika aktörer utöver främmande makt, inte minst till våldsbejakande extremist-organisationer och anti-statliga rörelser. De bedömer att det gemensamma syftet med verksamheten är att skapa misstro och öka polarisering i mål att destabilisera det svenska samhället (Säkerhetspolisen, 2024).

Med bakgrund av den tilltagande betydelsen av sociala medier som medel för informationsinhämtning, blir den potentiella skadeverkan som desinformation kan åsamka det demokratiska samhället än mer viktig att beakta. Paula Gori, generalsekreterare för Europeiska observatoriet för digitala medier (EDMO), konstaterar i en intervju med Sveriges radios program "Konflikt" att nästintill alla stora nyhetshändelser i dagsläget åtföljs av en mängd vilseledande inramningar på sociala medier (Kotsambouikidis, 2024). Detta kan sättas i perspektiv till att undersökningen "Mediebarometern" (Ohlsson, 2024) visar att stora delar av Sveriges befolkning inhämtar nyheter via just sociala medie-plattformar dagligen. Enligt undersökningens statistik ska 25% av alla svenskar ha uppgett att de tar del av nyheter på Facebook dagligen. Siffran är emellertid mycket högre än så för enskilda åldersgrupper och för andra plattformar. Ungdomar (15-24 år) är till exempel den grupp som i störst utsträckning tenderar att inhämta aktuella nyheter via sociala medier då nästan hälften av ungdomarna, 45%, uppger att de konsumerar nyheter via antingen Instagram eller TikTok dagligen. Motsvarande siffra uppgår till 27% för plattformen Youtube. Innebörden av detta är, enligt rapporten, att sociala medieplattformar numera har en större räckvidd som nyhetsförmedlare i denna åldersgrupp än de traditionella nyhetskällorna har. Statistiken tyder dessutom på att benägenheten att använda plattformar som TikTok som nyhetskälla ökar även på befolkningsnivå. Enligt rapporten ska TikToks räckvidd i egenskap av nyhetsförmedlare ha ökat med sex procentenheter mellan 2022 och 2023 till en räckvidd på 10%, vilket är en markant ökning även om räckvidden ännu är förhållandevis låg (Ohlsson, 2024).

Den ökade problematiken med politiskt motiverad desinformation på sociala medier i kombination med att svenskar i tilltagande grad inhämtar information om aktuella nyheter via just dessa plattformar, föranleder frågeställningar om vad som händer när svenskar exponeras för förtäckt politisk desinformation genom fabricerad nyhetsrapportering. Nedan följer en övergripande redogörelse för det psykologiska forskningsläget på områden som har bäring på hur människor går tillväga för att bearbeta och utvärdera (des)information.

Psykologin bakom politisk desinformation

Socialpsykologen Robert Cialdini, forskare och författare inom området kognitiva strategier för informationsbearbetning och beslutsfattande, författade år 2009 en reflektion

över betydelsen av den vid tillfället explosionsartade teknologiska utvecklingen (Cialdini, 2009). Redan då kunde han konstatera att majoriteten av all information som fanns att tillgå vid tidpunkten hade producerats under de senaste 15 åren och att resultatet blivit att den sammantagna kunskapen inom vissa ämnesområden uppskattats ha fördubblats på endast åtta år. Cialdini skrev att man dessutom började se betydande effekter av informationsflödet på trender kopplade till opinion och åsiktsbildning. Opinionsundersökningar med utgångspunkt i den offentliga agendan hade vid tillfället börjat indikera en större spridning i vilka frågor som medborgare ansåg utgöra samhällets mest centrala angelägenheter. Samma undersökningar visade dessutom att åsiktsströmningarna ändrat karaktär och att de i takt med den teknologiska utvecklingen börjat fluktuera i en högre takt än tidigare (Cialdini, 2009).

Cialdini avslutade sin reflektion med att konstatera att kombinationen av ett ständigt inflöde av information och ett samtidigt underskott av den tid och de resurser som hade krävts för att bearbeta allt, kommer att ha konsekvenser för förmågan att framgångsrikt utvärdera omständigheter på ett sätt som gynnar beslutsfattande. Cialdini förmodade att hjärnan kommer att hantera detta genom att i allt högre grad förlita sig på enstaka trovärdighetsmarkörer för att sovra bland konkurrerande budskap. Detta är i sig inget problem, menade Cialdini, eftersom evolutionen tillgodosett att vi förskansat oss hyfsat tillförlitliga metoder för att skilja bra beslut från dåliga. Problemet uppstår, enligt Cialdini, när kunskapen om hjärnans mekaniska tillvägagångssätt för att utvärdera information både ökar i omfattning och sprids till en bredare publik. Förståelsen för universella undermedvetna strategier vid beslutsfattande kan komma att användas i vinstdrivande syfte, bland annat genom att systematiskt efterlikna hjärnans vanligtvis tillförlitliga markörer med avsikt att vilseleda och framställa information att framställas som mer pålitlig eller betydelsefull än den egentligen är (Cialdini, 2009).

Desinformatörernas motivationsfaktorer

Cialdinis teorier om de potentiella konsekvenserna av den omfattande digitaliseringen kan idag, 15 år senare, anses bekräftas genom det massiva desinformationsflöde som uppstått. Avsiktlig vilseledning har mycket riktigt blivit en lukrativ affärsverksamhet, menar Carlos Diaz Ruiz (2023), som i sin studie slår fast att den digitala marknaden premierar innehåll som skapar engagemang. Diaz Ruiz menar att digitala plattformars engagemangsdrivna algoritmer skapar både ekonomiska och politiska incitament att introducera och sprida desinformation online. Diaz Ruiz hänvisar till ett begrepp som myntats av Zuboff, "övervakningskapitalism" (surveillance capitalism), vilket syftar till hur plattformar som exempelvis Facebook (Meta) systematiskt lagrar användardata i kommersiellt syfte. Uppgifter om användarnas trafik,

intressen, klick och interaktioner kan användas för att kartlägga allt ifrån sociala förutsättningar till politiska åsikter och “spenderingsvanor” för att algoritmer sedan ska kunna skraddarsy varje användares flöde i enlighet med dennes psykologiska profil. Algoritmerna utformas för att manipulera användarnas beteendemönster, exempelvis genom att förstärka befintliga åsikter och uppfattningar. Idén bygger på att användarna kontinuerligt ska intresseras av och engagera sig i plattformens innehåll, vilket genererar ytterligare användardata som kan användas för att omsätta deras beteendemönster till profit (Diaz Ruiz, 2023).

Användningen av algoritmer för produktion och spridning av intresseväckande material begränsas emellertid inte enbart till de företag som driver plattformarna i fråga. Krafft and Donovan (2020) belyser fenomenet med datoriserad propaganda, en strategi genom vilken aktörer använder sig av automatiserade algoritmer och botar i syfte att sprida propaganda och desinformation i stor skala och på flera parallella plattformar. En mer detaljerad redogörelse för psykologiska mekanismer som kan användas i detta syfte återfinns i avsnittet "Bearbetning av (des)information" (se sida 5).

Eftersom algoritmerna utformats i syfte att skapa engagemang, tenderar innehåll som väcker starka känslor att premieras och få stor spridning på sociala medier (Serrano-Puche, 2021). Ett samtida exempel på en sådan situation återfinns i ett filmklipp med Sveriges statsminister, Ulf Kristersson, som fick stor spridning såväl i Sverige som internationellt under november 2023. Filmklippet är några sekunder långt och visar ett utdrag ur ett av Kristerssons tal, i vilket han vid ett tillfälle snubblar över orden och hörs säga: “Israel har rätt till folk... till försvar” (SVT Nyheter, 2023a; TRT World, 2023; TNKVRT (tänkvärt), 2023). Narrativet som uppstod om klippet, och som presenterades som en nyhetshändelse, gjorde gällande att Kristersson skulle ha varit påväg att yttra ordet “folkmord” innan han rättade sig själv. Han påstods sedermera ha hejdat sig innan han avslutade meningen “Israel har rätt till folkmord”. I en version av videon infogades undertexter med vad som påstods vara den engelska översättningen av Kristerssons uttalande, nämligen: “Israel has the right to genoci-... self-defence” (TRT World, 2023). Nyheten väckte starka känslor på sociala medier internationellt.

Händelsen fick emellertid stor uppmärksamhet även i Sverige. Instagramkontot Tnkvrt, som uppger sig vara ett professionellt konto med inriktning *education*, delar klippet med den svenska undertexten: “Israel har rätt till folk... eh försvar”. Kontot, som antagit en tydlig pro-palestinsk linje sedan konflikten mellan Israel och Hamas bröt ut, inleder inläggets bildtext med att definiera begreppet “freudiansk felsägning” och därmed antyda att

Kristersson oavsiktligen råkat ge uttryck för sina undertryckta önskningar eller inre tankegångar verbalt. Den påstådda freudianska felsägningen ställs i kontrast till att demonstranterna på plats sägs ha varit där för att “[påminna] statsministern om folkmordet i Gaza och blodet på regeringens händer för att Sverige la ned sin röst när det röstades om vapenvila i FN” (TNKVRT (tänkvärt), 2023). Tnkvirt:s inlägg har i dagsläget (21 maj 2024) fått 15700 gillamarkeringar och över 300 kommentarer.

Även större och mer etablerade organisationer deltog i spridningen av vad som senare skulle kallas för desinformation av Kristersson själv (SVT Nyheter, 2023a). Exempelvis ska Amnesty Sverige ha delat klippet med kommentaren “Nej Ulf, Israel har inte ‘rätt till folkm...’”, men har därefter publicerat ett förtydligande som uppger att avsikten med inlägget inte var att antyda att Kristersson skulle ha menat att Israel har rätt att begå folkmord. Förtydligandet publicerades sedan organisationen kritiserats av civilförsvarsminister Carl-Oskar Bohlin för att bidra till spridningen av desinformation. Senare kommenterade även Utrikesdepartementet videon i ett inlägg på X i vilket de uppmanade människor att inte bidra till att klippet med den felaktiga översättningen fick ytterligare spridning (SVT Nyheter, 2023b).

Bearbetning av (des)information

Det har konstaterats att aktörerna som står bakom de större sociala onlineplattformarna använder sig av avancerad kartläggning för att utveckla algoritmer ämnade att maximera engagemang, och i förlängningen företagens egna lönsamhet, men även att liknande algoritmer används specifikt i desinformationssyfte (Diaz Ruiz, 2023; Krafft & Donovan, 2020). Cialdini (2009) talade om riskerna som uppstår när tillgänglig kunskap om psykologiska skyddsmekanismer omsätts till strategier för att kringgå eller blidka dem, vilket tycks vara precis vad som skett. Det krävs en förståelse för den mänskliga psykologins beskaffenhet för att säkerställa att användare kontinuerligt exponeras för innehåll som väcker engagemang, och detta kan givetvis åstadkommas på många olika sätt. Nedan följer ett urval av psykologiska mekanismer som *möjligen* har bäring på hur aktörer går tillväga för att utveckla gripande digitala miljöer, framkalla känslomässiga reaktioner och skapa trovärdig (des)information utifrån önskad effekt.

Social identitetsteori

Social identitetsteori (SIT) myntades år 1979 av Tajfel och Turner och har sedan dess haft stort inflytande på socialpsykologin. SIT beskriver, i enlighet med vad namnet antyder, hur individer härleder delar av sin identitet från olika sociala grupperingar som de associerar sig med (Renström et al., 2020). Den sociala identiteten är en i varierande grad internaliserad

representation av individens subjektiva upplevelse av gruppstillhörighet, och karaktäriseras av en vilja att positivt särskilja den “egna gruppen” från andra grupper (Huddy et al., 2018). Betydelsen av gruppstillhörighet begränsas således inte till den egna identiteten, utan kan även användas inom ramen för mellanmänskliga interaktioner.

Kärnan i SIT återfinns i begreppen ingrupp och utgrupp, som tillsammans utgör basen för en slags social hierarki. Ingruppen är ett samlingsbegrepp som beskriver upplevda medlemmar av den grupp som en individ själv identifierar sig med, exempelvis personer med samma etnicitet eller kön som hen. När en person börjar identifiera sig med en specifik grupp utvecklas en så kallad ingruppsbias, även kallat ingruppsfavorisering, vilket innebär en preferens för ingrupsmedlemmar över utgrupsmedlemmar. Utgrupper och utgrupsmedlemmar beskriver sedermera alla de människor som inte anses tillhöra ingruppen. Ingruppsbiasen förstärks i takt med att den sociala identiteten gör det, alltså uppvisar väldigt hängivna ingrupsmedlemmar också en starkare tendens att premiera ingrupsmedlemmar än medlemmar som inte identifierar sig lika starkt med gruppen (Huddy et al., 2018; Huddy et al., 2015; Knobloch-Westerwick et al., 2020). Teorin begränsar sig dock inte till att enbart beskriva olika gruppens interna processer, utan bidrar även med en förståelse för mekanismer som aktualiseras när in- och utgrupper möts i mellangrupsinteraktioner. Huddy et al. (2018) understryker att SIT skiljer sig på en viktig punkt jämfört med andra teorier som befattar sig med mellangrupsinteraktioner. Utgångspunkten i SIT är inte, som i många andra teoriers fall, att ingrupsbeteenden och mellangrupsdynamik bygger på den klassiska kampen om begränsade resurser. Motivationen som driver beteenden på såväl grupp- som individnivå härleds istället till viljan att främja den egna gruppens positiva särprägel, vilket emellertid kan ta sig uttryck genom villifering av utgrupsmedlemmar och en mer allmän utgrupsderogation (Huddy et al., 2018; Gilliland et al., 2023).

Polarisering

Social identitet är även relevant i förhållande till politik. Man brukar tala om politiskt *partisanship* som särskilt relevant i förhållande till politisk polarisering (Huddy et al., 2018). Begreppet *partisanship* definieras enligt följande: “strong and sometimes blind adherence to a particular party, faction, cause or person” (Merriam-Webster Dictionary, 2019). Bedömningen är att det närmast motsvarande svenska begreppet skulle vara “anhängare”, vilket inte fullt ut återspeglar innebörden av *partisanship*. Därför används den engelska termen även fortsättningsvis för att omtala konceptet. *Partisanship* är ett återkommande inslag i studiet av missinformation, desinformation och fabricerade nyheter (*fake news*), där

begreppet används för att beskriva överlappet mellan social identitet och partipolitisk tillhörighet, en slags politisk social identitet (Huddy et al., 2018; Moore et al., 2021; Galak & Critcher, 2022).

Partisanship har främst studerats i en amerikansk kontext, och Bankert et al. (2016) menade att landets tvåpartisystem fostrar hängivna politiska anhängare. Det talas om att man inom ramarna för sin *partisan identity* kan anta antingen en instrumentellt (*instrumental*) eller expressivt (*expressive*) förhållningssätt. Ett instrumentellt politiskt engagemang bygger på ett intresse för sakpolitiska frågor, och partianhängare som verkar utifrån detta förhållningssätt tenderar att välja politiskt parti med utgångspunkt i konkreta mål och strategiska överväganden. Det expressiva förhållningssättet, som är särskilt framträdande i just USA, grundar sig i SIT. *Partisans* med ett expressivt förhållningssätt betraktar politisk tillhörighet som en social identitet, och tenderar därför att ha en stark emotionell politisk drivkraft som härleds till viljan att positivt särskilja den egna gruppen från andra (Bankert et al., 2016). Det är därför vanligt förekommande att expressiva anhängare bibehåller sin övertygelse över tid, oberoende av om representanter byts ut eller den politiska inriktningen ändras. Det är mer sannolikt att dessa väljare motiveras till att villkorlös försvara det egna partiet när det utsätts för negativ publicitet, samt att de villifierar politiska utgrupper och utgruppsmedlemmar (Huddy et al., 2018). I en studie fann man att amerikaner automatiskt tillskriver ingrupsmedlemmar (*co-partisans*) mer positiva egenskaper, och att det motsatta skedde för utgruppsmedlemmar. Resultaten visade, i motsats till tidigare studier, att utgruppsderogation tycktes vara en starkare drivkraft än ingrupsfavorisering (Gilliland et al., 2023). En annan studie fann att både republikaner och demokrater var mer benägna att tro på och dela nyheter vidare (både verkliga och fabricerade nyheter) om dessa nyheter antingen framställde deras ingruppsparti i ett positivt ljus, eller utgruppspartiet i ett negativt sådant (Pereira et al., 2021; Huddy et al., 2015).

Partisanship i Sverige

Huddy et al. (2018) uppmärksammade att förutsättningarna för *partisanship* skiljer sig mellan det amerikanska tvåpartisystemet och den flerpartimodell som ofta tillämpas i Europa. De utförde därför en omfattande studie, i vilken betydelsen av *partisanship* undersöktes i ett antal europeiska länder där Sverige ingick. Huddy et al. (2018) konstaterade att 91% av svenskarna uppger sig vara "nära" ett specifikt parti, men att koalitionspolitiken sannolikt påverkade *partisanship* och lojaliteten gentemot ett enskilt parti. Effekten av koalitionspolitiken på svenskars *partisanship* har undersökts i flera studier. Huddy et al. (2018) undersökte hur svenskar skattade sin inställning till partierna i in-koalitionen

respektive ut-koalitionen och fann att deltagarna i regel gav det "egna partiet" mycket positivt betyg, andra partier i in-koalitionen positiva men något lägre betyg och slutligen att deltagarna i genomsnitt var negativt inställda till partier i ut-koalitionen (Huddy et al., 2018). *Partisanship* tycktes alltså ha betydelse i Sverige, trots blocksystemet, vilket i huvudsak också bekräftades av Renström et al. (2020). I den studien uppmärksammades dock att det sociala avståndstagandet gentemot SD's anhängare är särskilt högt. Då väljare från L, S, V, C och MP samtliga indikerade höga nivåer av socialt avståndstagande från SD-anhängare, vilket skulle innebära att den affektiva polariseringen är blocköverskridande. Författarna noterade även att den här gruppens värden tydde på en starkare affektiv polarisering kopplad till beteendemässiga utfall (vilket operationaliserades genom att deltagarna fick indikera hur upprörda de blivit om deras son/dotter gifte sig med SD-anhängare) än motsvarande värden kopplade till skattningar av SD-anhängares personliga egenskaper (Renström et al., 2020). Huddy et al. (2018) drog slutsatsen att man även i Sverige främst känner tillhörighet till enskilda partier, men att blocksystemet innebär att man har mer sympati för in-koalitionspartier än övriga. Sammantaget menade författarna att resultaten tydde på att det även i Sverige finns en affektiv polarisering som drivs av *partisan identities*, men att denna polarisering har både instrumentella och expressiva komponenter (Huddy et al., 2018).

Bekräftelsebias

Bekräftelsebias anses vara en automatiskt tendens hos människor för att söka stöd för sina befintliga övertygelser, och ignorera eller förvränga information som motsäger dem (Peters, 2020). Benägenheten att tillämpa bekräftelsebias tycks vara en särskilt stark drivkraft när det gäller politiska budskap, och är som bekant ett kännetecken för expressivt *partisanship* (Knoblock-Westerwick et al., 2020; Huddy et al., 2018). Det finns emellertid studier som gör gällande det motsatta när man konsumerar nyheter. Det tycks snarare vara graden av negativt innehåll som avgör vilka nyheter som genererar mer uppmärksamhet och engagemang, än graden av bekräftelse och överensstämmelse med den egna världsbilden, ett så kallat negativitetsbias (Knobloch-Westerwick et al., 2020). Ytterligare en teori som behandlar en liknande mekanism avser självförstärkande motiverad kognition, som illustreras i en studie av hur misinformation behandlades av Brexitanhängare respektive -motståndare i Storbritannien (Moore et al., 2021). Genom studien kunde man slå fast att människor är mer benägna att acceptera misinformation som överensstämmer med deras åsikter, samt att kritiskt utvärdera misinformation som inte gör det. Den kritiska utvärderingen tycks emellertid inte drivs av genuin nyfiken, utan en vilja att slutgiltigt kunna avfärda information som upplevs hota den egna världsbilden (Moore et al., 2021).

Benägenheten att acceptera budskap som överensstämmer med den befintliga uppfattningen, och avfärda budskap som inte gör det, har även beskrivits som en strategisk tillämpning av epistemisk vaksamhet (Sperber et al., 2010). Forskarna bakom teorin menar att befintlig kunskap oftast är en tillförlitlig och effektiv strategi för att filtrera informationsflödet. Man kan emellertid acceptera och integrera även sådan information som går emot ens åsikter, men för att det ska ske krävs antingen en pålitlig källa eller en övertygande argumentation (Sperber et al., 2010). Liknande strategier beskrivs även av Cialdini, som menar att människor är mer benägna att acceptera budskap om källan är någon de gillar, upplevs vara en auktoritet eller delar samma sociala identitet (Cialdini, 2022). Teorin om reality-matching account (RMA) postulerar att biasen verkar för att justera individers övertygelser om den sociala verkligheten med den faktiska sociala miljön, oavsett om dessa övertygelser är initialt korrekta (Peters, 2020). Inom RMA kan bekräftelsebias vara fördelaktigt genom att förstärka positiva sociala övertygelser. Detta sker genom att biasen förstärker individens förtroende för sina sociala övertygelser, vilket orsakar beteenden som leder till förvrängning i verkligheten för att matcha sina övertygelser (Peters, 2020).

Sammanfattningsvis kan människor aktivt inkorporera information som överensstämmer med deras uppfattning, samtidigt som de är kritiska mot information som inte överensstämmer med deras uppfattning. I det senare fallet resonerar människor inte naturligt systematiskt om styrkor och svagheter hos stötande information, utan de snarare kritiserar för att avvisa den och skydda sig själv och sin uppfattning. Information som inte överensstämmer med individens befintliga uppfattning och tilltron på informationskällans pålitlighet kombineras för att motivera en avvisning av politisk oförenlig information när information i fråga riskerat att hota en djupt förankrad och självförsvarande ideologisk övertygelse eller tro (Moore et al., 2021).

Syfte och frågeställning

Det har bevisligen bedrivits omfattande forskning på såväl *partisanship* som politisk polarisering och desinformationsspridning på sociala medier. Vår studie hämtar inspiration från flertalet tidigare publikationer, däribland Gilliland et al. (2023) som redogör för sin studie om hur *partisanship* påverkar politiskt beslutsfattande, i vilken de undersökt hur individer reagerar på information om politiska kandidater. De fann stöd för att *partisanship* kan leda till en automatisk ingrupsfavorisering och en tendens att utveckla negativa uppfattningar om utgruppsmedlemmar (Gilliland et al., 2023). Pereira et al. (2021) har studerat betydelsen av *partisanship* när amerikaner utvärderar verkliga och fabricerade politiska nyheter och Osmundsen et al. (2021) har studerat psykologiska motivationer bakom

spridningen av fabricerat nyhetsinnehåll på Twitter. Därtill har Huddy et al. (2018) och Renström et al. (2020), bland andra, undersökt hur *partisanship* och affektiv polarisering tar sig uttryck i den svenska kontexten.

Det befintliga forskningsunderlaget, som företrädesvis bedrivits i en amerikansk kontext, tyder på att *partisanship* har betydelse när människor exponeras för politisk desinformation. Individens *partisanship* har kunnat kopplas till både affektiv polarisering, benägenhet att tro på och sprida vidare fabricerade nyheter samt emotionella reaktioner på politiskt material online. Vi noterar emellertid att det saknas liknande studier med utgångspunkt i den svenska kontexten. Mot bakgrund av att *partisanship* tycks vara av relevans även i Sverige, uppstår därför frågan om effekten av *partisanship* vid exponering för desinformation går att observera även här.

Det tycks finnas en uppenbar kunskapslucka som behöver fyllas, vilket vår studie avser att ändra på. Det är av stor vikt att vidare studera *partisanship* och dess betydelse vid exponering för politisk desinformation, särskilt i ett land som Sverige där flera partier finns representerade i allmänhetens opinion. Den ständigt ökande polariseringen mellan partierna och deras sympatisörer, i kombination av en ökad våg av desinformation, gör att förståelsen för relevanta mekanismer behöver kompletteras. Vår studie ämnar bidra till detta genom att undersöka hur individer i Sverige påverkas av *partisanship* när de reagerar på och bearbetar politiskt betingade, fabricerade nyhetsrubriker. Studien utgår ifrån frågeställningen; *Vilken betydelse har politiskt partisanship när svenskar exponeras för politisk desinformation online?*

För att besvara studiens frågeställning har följande hypoteser ställts upp;

Hypotes 1

(a) Positiva nyheter om ingrupsmedlemmar kommer generera högre acceptans för nyheten och en starkare positiv reaktion, (b) Positiva nyheter om utgruppsmedlemmar kommer generera lägre acceptans för nyheten och en starkare negativ reaktion.

Hypotes 1 ämnar att undersöka ingrupsbias, utgruppsdegradation samt social identitetsteori, genom upplevd acceptans och reaktioner vid positiva nyheter om både ingrups- och utgruppsmedlemmar. SIT och Pereira et al. (2021) anför att man bör vara mer benägen att vara mottaglig för och acceptera desinformation om den är positivt kopplad till ingruppen. Samma underlag stödjer tesen om att man bör reagera mer positivt på dessa nyheter. Med ingrupsfavorisering bör även följa en tendens att vara mer resistent mot positiva nyheter om utgruppsmedlemmar, och att reagera mer negativt på dessa fabricerade budskap.

Hypotes 2

(a) Negativa nyheter om ingrupsmedlemmar kommer generera lägre acceptans för nyheten och en starkare negativ reaktion, (b) Negativa nyheter om utgrupsmedlemmar kommer generera högre acceptans för nyheten och en starkare positiv reaktion.

Hypotes 2 ämnar på liknande sätt undersöka förekomsten av ett politiskt ingrupsbias. Med utgångspunkt i teorier såsom negativitesbias och SIT bör en resistens inför negativa budskap om ingruppen uppstå, vilken tar sig uttryck i en benägenhet att inte acceptera budskapet samt att reagera negativt på det. Det väntas även kunna observeras en tendens att vara mer mottaglig för, och reagera positivt på, negativa budskap om de uppfattas handla om utgrupsmedlemmar.

Hypotes 3

Det finns ett samband mellan individens befintliga uppfattning om partiledarna och bedömningen av nyhetens trovärdighet.

Genom hypotes 3 ämnar studien att undersöka inflytandet av strategier såsom bekräftelsebias och epistemisk vaksamhet vid exponering för desinformation. Istället för att lägga fokus på ingrupp- och utgrupper avser denna hypotes undersöka om individens befintliga uppfattning om politikerna påverkar deras bedömning av de fabricerade nyheternas trovärdighet. Såväl bekräftelsebias som epistemisk vaksamhet ger belägg för antagandet att det finns ett samband mellan ens befintliga uppfattningar och benägenheten att bedöma en nyhet som trovärdig.

Metod

Deltagare

Studien riktade sig mot en population bestående av svenskar, vilket definierades som att man antingen innehar ett svenskt medborgarskap eller att man vid något tillfälle bott i Sverige under en femårig, sammanhängande period. Vidare krävdes en ålder på minst 18 år för att man skulle kunna delta i studien. Totalt inkluderades 91 respondenter i den slutgiltiga studien, då 11 bortfall noterades; en respondent önskade att inte delta i studien, två respondenter var under 18 år och de övriga åtta respondenterna exkluderades på grund av att de uppgav att de inte identifierade sig med något av de två politiska blocken, (vänsterblocket (S, V, C och MP) eller högerblocket (M, SD, KD och L).

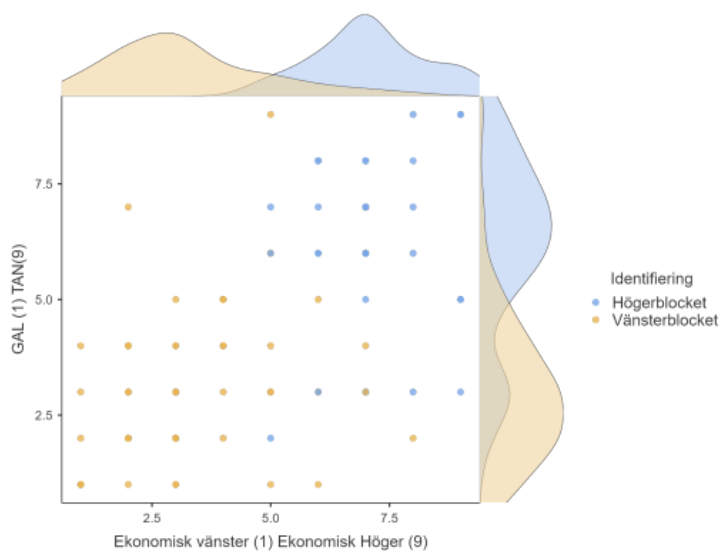
90 respondenter angav att de var svenskar medborgare, och en respondent angav att de hade bott i Sverige under en sammanhängande femårig tidsperiod. Deltagarna var mellan åldrarna 18 och 60+, varav majoriteten av respondenterna var i åldersgruppen 18-29 (71.43%). De övriga åldersgrupperna bestod av: 30-39 år (7.69%), 40-49 år (4.40%), 50-59 år

(10.99%) och 60+ år (5.49%). Därmed finns det en viss variation hos respondenterna i förhållande till ålder, men studiens urval bestod främst av unga vuxna. Respondenterna var relativt jämnt fördelade i förhållande till kön: 53.85% kvinnor, 43.96% män, och 2.19% respondenter var icke-binära.

Respondenterna i studien fördelade sig skevt i fråga om politisk tillhörighet. Totalt 63.74% av respondenterna uppgav att de främst identifierar sig med vänsterblocket (S,V, C, MP), och 32.36% att de identifierar sig med högerblocket (M, SD, KD, L). Fördelningen av respondenter på det politiska spektrumet (GALTAN) visade sig dock vara jämn inom respektive blocktillhörighet (se figur 1). Se avsnitt "Politiska åsikter" i appendix 2 för den information och illustration som respondenterna fick ta del av angående GALTAN-spektrumet.

Figur 1

Spridningsdiagram över politisk identifiering



Detsamma gällde för respondenternas fördelning i fråga om politisk engagemang och övriga kartläggande frågor gällande politisk identitet (se tabell 1, appendix 1).

Studien uppnår viss extern validitet eftersom det finns en god förståelse för respondenternas profiler, vilket gör att studiens resultat kan generaliseras till andra populationer med liknande sammansättning.

Design

Studien antog en kvantitativ design, och det användes en kombination av envägs-ANOVA-analyser och korrelationsanalyser för att besvara studiens hypoteser. Studiens datainsamlingsmetod bestod av två onlineenkäter som utvecklats specifikt för studiens syfte. Genom valet av datainsamlingsmetod kunde fler respondenter nås på kortare

tid och generera mer data inför analyserna, vilket sammantaget bedömdes öka sannolikheten att erhålla ett brett och representativt urval som ger en högre grad av tillförlitlighet samt generaliserbarhet i resultatet (Shaughnessy et.al., 2014).

Pilotstudie 1 & 2

Inför studiens slutgiltiga datainsamling genomfördes två pilotstudier. Pilotstudie 1 besvarades av tre piloter, och pilotstudie 2 besvarades av fyra piloter. Deltagarna i pilotstudierna valdes från författarnas personliga kontaktnät, med särskild hänsyn till att piloternas politiska åsikter skiljde sig åt från varandra i fråga om blockpolitisk sympati så att både vänster- och högersympatisörer kunde bidra med insikter om enkäternas innehåll. Syftet med pilotstudierna var flerfaldigt: (1) att säkerställa att kartläggningsfrågornas relevans och validitet. (2) att säkerställa en forskningsetisk studie i vilken respondenterna upplevde trygghet vid deltagande, särskilt att de politiska frågorna inte upplevdes stötande eller obehagliga att besvara för respondenterna. (3) Att testa utformningen på mätskalor och huruvida de upplevdes som applicerbara och att lättförståeliga. (4) Att säkerställa enkätinnehållets relevans i förhållande till studiens frågeställning. (5) Att utvärdera möjligheten att utvinna meningsfulla data för framtida analys och slutligen (6) att minska risken för forskarbias och minska risken att författarnas egna politiska åsikter inte hade inverkan på utformningen av enkätens items (de fabricerade nyheterna). Pilotstudierna verkade således för att säkerställa att de frågor som slutligen användes skulle mäta de tänkta konstrukterna, vilket avsåg stärka studiens innehållsvaliditet.

Efter pilotstudierna gjordes flera justeringar för att förbättra enkätens utformning och frågeformuleringar. En betydande åtgärd var att omforma svarsskalan från den föreslagna skalan med emojis som visade sig vara svårtydd till en sexgradig Likert-skala utan ett neutralt svarsalternativ (se appendix 2 för fullständig slutgiltig enkät). Detta eftersom frågeställningen förutsätter att respondenterna tar ställning i någon riktning. Frågorna som ämnade att mäta emotionella reaktioner, samt baslinjefrågorna reviderades kontinuerligt efter varje pilotstudie för att säkerställa att de mätte de avsedda variablerna, samt försåg oss med adekvat information om studiens respondenter. I pilotstudierna undersöktes även vilka politikernas bilder som skulle speglas mot varandra i de två enkätbetingelserna, och slutsatsen blev att den mest lämpliga kombinationen var Kristersson och Andersson, respektive Åkesson och Dadgostar. Nyhetsrubriker som inte genererade observerbara positiva eller negativa reaktioner avlägsnades eller modifierades. De fabricerade nyhetsrubrikerna utvärderades upprepade gånger för att säkerställa att de var valida och opartiska. Dessutom uppmärksammades och reviderades motsägelsefulla rubriker som innehöll negationer eller

dubbla budskap. Exempel på ett item som exkluderades var *“Polisanmäld för förtal: Står för mitt uttalande och välkomnar en oberoende polisutredning”*, eftersom piloterna indikerade att rubriken kunde tolkas som både positiv och negativ beroende på om man tog fasta på påståendet om att politikern polisanmälts för förtal eller hur denne sedan påstod sig välkomna en oberoende polisutredning.

Material och procedur

Två enkäter skapades genom Google forms, en med högerpolitisk betingelse och en med vänsterpolitisk, och datainsamlingen bedrevs sedan parallellt. Enkäterna skickades ut genom författarnas kontaktnät på diverse sociala medier; Facebook, Instagram och LinkedIn. Studien bestod således av ett bekvämlighetsurval (Bryman, 2011). Rekryteringen av deltagare skedde via sociala medieplattformar med engagemangsdrivna algoritmer (eftersom desinformation ofta sprids på sådana plattformar), och deltagarna ombads delta i studien genom att klicka på en länk som förde dem till en av de två enkätbetingelserna. Författarna skickade enbart ut en av enkäterna vardera, vilket innebär att deltagarnas enkätbetingelse bestämdes av “vems” länk de klickade på. Vilken enkät som skulle skickas ut av vilken författare bestämdes genom slantsingling.

Enkäterna inleddes med en kort introduktion där respondenterna informerades om att undersökningen var av politisk natur samt det övergripande syftet bakom studien, dock utan att desinformation nämndes (se appendix 2). Respondenterna behövde bekräfta att de informerats och ge sitt samtycke till deltagande för att enkäten skulle öppnas. Därefter besvarade respondenterna demografiska frågor gällande ålder, kön, om de var svenska medborgare eller hade bott i Sverige i en femårig sammanhängande period. Särskilt viktigt var att fastställa att respondenterna var över 18 år, eftersom de etiska riktlinjerna kräver särskild aktsamhet gällande minderåriga deltagare. De demografiska frågorna användes även för att genomföra deskriptiva analyser och mellangruppsanalyser.

Enkäternas andra och tredje del ämnade kartlägga respondenternas politiska uppfattningar, exempelvis genom en självskattad placering på det politiska GALTAN-spektrumet. Eftersom det ansågs vara för känsligt att be deltagarna uppge politisk partitillhörighet tillfrågades de istället om vilket av de två politiska blocken de identifierade sig mest med, och svaret på den frågan ansågs representera respondentens politiska *partisanship*. Ytterligare frågor om personligt politiskt engagemang och exponering för politik i vardagen användes för att kartlägga och få en förståelse för populationens sammansättning och representativitet (se tabell 1, appendix 1).

Enkäterna var identiska med varandra fram till enkätens sista del. Respondenterna som besvarade enkät 1 exponerades för en högerpolitisk betingning (nyhetsrubriker associerade till Ulf Kristersson och Jimmie Åkesson), och de som besvarade enkät 2 exponerades för en vänsterpolitisk betingning (nyhetsrubriker associerade till Magdalena Andersson och Nooshi Dadgostar). Inför vidare beskrivning över nyhetsrubrikerna är det viktigt att poängtera att vilken enkäten som respondenterna exponerades för enbart påverkades av vilken enkät som författarna slumpmässigt skickade ut, och inte påverkades av respondenternas svar i första eller andra delen av enkäten.

Om nyhetsrubrikerna och tillhörande frågor

Deltagarna i de två enkätbetingningarna (högerpolitisk betingning och vänsterpolitisk betingning) bemöttes av samma uppsättning fabricerade nyhetsrubriker, dock med tillhörande bilder av antingen höger- eller vänsterpolitiker beroende på vilken betingning. Nooshi Dadgostar var speglad mot Jimmie Åkesson, och deras bilder visades alltså i anslutning till identiska nyhetsrubriker i de olika enkätbetingningarna. Magdalena Andersson speglades på motsvarande sätt mot Ulf Kristersson (se figur 2, appendix 1). Studien fokuserar, likt reella desinformationskampanjer på en strategi för att manipulera perceptionen av politiska ledare genom nyhetsrubriker som är avsedda att skapa positiva eller negativa associationer. Vår studie har delvis inspirerats av Osmundsen et al. (2021) gällande kategoriseringen av positiva och negativa nyhetsrubriker. Dessa rubriker är kategoriserade enligt deras inverkan på läsarnas uppfattning om trovärdighet, medmänsklighet och grupptillhörighet, för fullständig redogörelse se tabell 1 (appendix 1).

Den positiva kategorin syftar till att förstärka dessa attribut och därmed skapa en känsla av samhörighet inom en ingrupp. Den negativa kategorin är avsedd att underminera dessa attribut och därigenom skapa en känsla av distans och främja en utgrupp.

Rubrikerna delades upp i två underkategorier: karaktärsorienterade och kompetensorienterade, vilket inspirerades av Homer och Batras (1994) studie. Fyra rubriker fokuserar på personliga egenskaper, varav två av dessa är positivt vinklade och två är negativt vinklade. De fyra andra rubrikerna betonar upplevd kompetens, varav två av dessa är positivt vinklade och två är negativt vinklade.

Respondenternas reaktion på nyhetsrubrikerna mättes genom att de ombads ta ställning till påståenden formulerades exempelvis såhär *“Jag reagerar starkt på nyheten ovan”*, i syfte att lättare ta ställning till frågorna. Frågorna som var förankrade till avsnitten om nyhetsrubrikerna ämnade att dels undersöka påverkans effekten, benägenhet att acceptera budskapet i nyhetsrubriken, samt styrkan och riktningen på reaktionen över budskapet.

Etik

Studien genomfördes i enlighet med de etiska principer som lagen om etikprövning av forskning som avser människor kräver (SFS, 2003:460). Således samlades inga känsliga personuppgifter in om respondenterna. Det samlades heller inte in några identifieringsuppgifter som hade kunnat användas för att knyta enkätsvar till enskilda respondenter. Mot bakgrund av vad studien undersöker, frågor av politisk karaktär, var de etiska aspekterna gällande personlig information specifikt relevant. Bedömning om att det inte förelåg någon risk för fysisk eller psykisk skada gjordes, samt säkerställdes genom pilotstudierna. Ingen av piloterna angav att frågorna upplevdes som stötande, kränkande eller känsliga. Två aspekter gällande enkäten korrigerades dock efter att pilotstudierna genomfördes, förtydligande gällande respondenternas anonymitet, samt tydligare transparens i slutet av enkätens gällande att nyheterna var fabricerade.

Enkäten inleddes med en kort beskrivning om studiens syfte, vilket behandlar informationskravet, respondenterna behövde sedan ge sitt samtycke för att fortsätta med enkäten, vilket behandlar samtyckeskravet. Forskningssyftet hölls dock till viss del dolt för att generera genuina reaktioner och minimera responsbias. Respondenterna kunde välja att avbryta sitt deltagande när som helst, dessutom gav vi kontaktinformation i enkäten så att de kunde höra av sig vid potentiella frågor.

Dataanalys

Före analyseringen av datan, kombinerades olika variabler för att reducera antalet analyser, samt för att få ut de mått som ansågs väsentliga för att testa studiens hypoteser.

Kategoriseringen av in- och utgrupper gjordes med programspråket R (se figur 3, appendix 1). Ingrupperna bestod av de respondenter som angav att de tillhörde vänsterblocket/högerblocket som även fick besvara den enkät var betigning som tillhörde deras affiliering. Utgrupperna bestod av de respondenter som angav att de tillhörde det motsatta blocket som deras enkät baserades på. I denna kategorisering fanns även subgrupper; ingrupp vänsterblocket, ingrupp högerblocket, utgrupp vänsterblocket och utgrupp högerblocket. Ingrupp vänsterblocket besvarade således enkäten som var centrerad kring vänsterpolitikerna (enkät 1), och utgrupp vänsterblocket besvarade enkäten centrerad kring högerpolitikerna (enkät 2). Ingrupp högerblocket besvarade således enkät 2, medan utgrupp högerblocket besvarade enkät 1.

För att mäta reaktionen på nyhetsrubrikerna och således undersöka studiens hypotes 1 och 2 kombinerades "*Jag reagerar starkt på nyheten ovan*" och "*Min initiala reaktion på nyheten är huvudsakligen... (positiv/negativ)*" till en *composite* variabel: "Reaktion". Frågan

gällande respondenternas initiala reaktion kodades om till -1 (negativ) och 1 (positiv). I kombination med styrkan på reaktionen avläses således variabeln "Reaktion" från -6 (stark negativ reaktion) till 6 (stark positiv reaktion). Sedan kombinerades svar från alla positiva nyhetsrubriker till en variabel, och alla negativa nyhetsrubriker till en variabel.

Frågorna "*Jag upplever att den här nyheten överensstämmer med min bild av (partiledaren)*" och "*Jag bedömer nyheten som verklighetstrogen*" kombinerades till en *composite* variabel: "Acceptans", för att vidare besvara hypotes 1 och 2. Sedan kombinerades svar från alla positiva nyhetsrubriker till en variabel, och alla negativa nyhetsrubriker till en variabel.

Frågorna som utgjorde variabeln; Frågorna som utgjorde variabeln "Acceptans" användes även för att undersöka hypotes 3, men som två separata variabler "Överensstämmelse" (*jag upplever den här nyheten som överensstämmer med min bild av partiledaren*) samt "Trovärdighet" (*jag bedömer nyheten som verklighetstrogen*).

Ytterligare frågor som kombinerades var "*Jag är väl insatt i svensk politik*" samt "*Jag har starka åsikter om hur politiken bedrivs/bör bedrivas i Sverige*", dessa frågor var två kartläggande frågor som ämnade att mäta respondenternas politiska engagemang.

Resultat

I följande avsnitt presenteras studiens resultat. Inledningsvis redovisas mellangrupsanalyser, och sedan deskriptiv statistik. Därefter redovisas studiens resultat i samband med studiens tre hypoteser.

Mellangrupsanalyser

Studiens mellangrupsanalyser genomfördes med hjälp av en χ^2 -analys. Det fanns ingen signifikant skillnad mellan de två enkätgrupperna med avseende på kön ($p = .921$), ålder ($p = .260$) eller *partisanship* ($p = .532$), *partisanship* avser vilket av de olika politiska blocken respondenterna uppger att de tillhör. Mellangrupsanalyserna indikerar detta enkätgrupperna är jämförbara med varandra.

Deskriptiv statistik

Inför studiens analyser genomfördes ett Cronbach's alfa över den sammansatta variabeln "Politiskt engagemang" som ämnar att beskriva respondenternas egna politiska engagemang, $\alpha = 0.832$ ($M=4.0$, $SD=1.28$), vilket indikerar på en hög intern konsistens. Därefter genomfördes en deskriptiv statistik över respondenternas svar på baseline frågorna (se tabell 1, appendix 1) som ämnade att skapa en förståelse för deras upplevda politiska identitet, i relation till deras politiska tillhörighet.

För att säkerställa den interna konsistensen gällande variablerna "Överensstämmelse" och "Trovärdighet" beräknades ytterligare ett Cronbach's alfa, för de positiva $\alpha = 0.837$ ($M=2.64$, $SD=.837$) och för de negativa nyhetsrubrikerna $\alpha = 0.807$ ($M=2.70$, $SD=.807$), vilket indikerar att frågorna mäter samma konstrukt. I tabell 2 redovisas den deskriptiva statistiken över medelvärde och standardavvikelse för de variabler som studien undersökte i relation till hypotes 1 och 2. För samtliga variabler och analyser i studien är $n = 91$.

Tabell 2

Group Descriptives över acceptans och reaktion vid positiva och negativa nyhetsrubriker

	Ingrupp/Utgrupp	N	Positiva		Negativa	
			M	SD	M	SD
Acceptans	IH	17	3.51	.77	2.15	1.06
	IV	31	3.12	.76	2.16	.71
	UH	16	1.88	.57	3.23	.99
	UV	27	1.94	.63	3.31	.84
Reaktion	IH	17	2.54	1.35	-3.24	1.54
	IV	31	1.56	1.64	-2.32	1.89
	UH	16	-1.92	1.46	-1.94	1.89
	UV	27	-.70	1.98	-2.67	1.37

Not. IH (ingrupp för högerblocket, (IV) ingrupp för vänsterblocket, UH (utgrupp för högerblocket), UV (utgrupp för vänsterblocket)

Tabell 3

Envägs ANOVA (Welch's) för reaktion och styrka/reaktion vid positiva och negativa nyhetsrubriker

	Positiva				Negativa			
	F	df1	df2	p	F	df1	df2	p
Acceptans	28.6	3	42.3	<.001	13.0	3	38.9	<.001
Reaktion	33.9	3	43.4	<.001	1.80	3	41.0	.16

Inför hypotes 1 och 2 särskiljer studien på ingrups- och utgruppsmedlemmar.

Ingrupsmedlemmar avser de politiker som representerar det politiska blocket som respondenterna uppger sig tillhöra, utgrupsmedlemmar avser de politiker som representerar det blocket som respondenterna inte tillhör.

Acceptans, vilket avser till vilken grad respondenternas upplever att nyhetsrubriken överensstämmer med deras befintliga uppfattning om partiledaren och om den bedöms som trovärdig, mäts genom variabeln "Acceptans". Reaktionen avser hur stark reaktion respondenterna har på nyhetsrubriken samt om den är positiv eller negativ.

Hypotes 1: (a) Positiva nyheter om ingrupsmedlemmar kommer generera högre acceptans för nyheten och en starkare positiv reaktion, (b) Positiva nyheter om utgrupsmedlemmar kommer generera lägre acceptans för nyheten och en starkare negativ reaktion.

Envägs ANOVA påvisar att det finns en signifikant skillnad mellan in- och utgrupperna både gällande acceptansen ($F(3,42.3) = 28.6, p < .001$) för de positiva nyhetsrubrikerna och på reaktionen ($F(3,43.4) = 33.9, p < .001$) mellan grupperna. Genom den deskriptiva analysen (tabell 1) kan man avläsa var denna signifikanta skillnaden finns: respondenter tenderar att dels reagera starkare positivt på positiva nyheter om ingrupsmedlemmar än vid utgrupsmedlemmar, respondenterna anser även positiva nyheter överensstämmer samt är i högre grad mer trovärdig när de är kopplade till ingrupsmedlemmar än vid utgrupsmedlemmar. Därmed stödjer studiens resultat hypotes 1. Vidare bedrevs post hoc-test för att analysera var dessa skillnader finns (se tabell 4; tabell 5, appendix 1).

Hypotes 2: (a) Negativa nyheter om ingrupsmedlemmar kommer generera lägre acceptans för nyheten och en starkare negativ reaktion, (b) Negativa nyheter om utgrupsmedlemmar kommer generera högre acceptans för nyheten och en starkare positiv reaktion.

Envägs ANOVA påvisar att det finns en signifikant skillnad mellan in- och utgrupperna gällande acceptansen för de positiva nyhetsrubrikerna ($F(3,38.9) = 13.0, p < .001$). Genom tabell 1 kan man avläsa var denna signifikanta skillnad finns. Ingrupperna tenderar att reagera svagare på negativa nyheter gällande om man anser att den överensstämmer och är verklighetstrogen än utgrupperna. Det fanns däremot ingen signifikant skillnad mellan in- och utgrupperna i avseende på reaktionen vid negativa nyheter ($F(3,41.0) = 1.80, p = .160$). Både in- och utgrupperna reagerar negativt på negativa nyheter oavsett om nyheten är associerad till en ingrups- eller utgrupsmedlem. Således finns det

delvis stöd i studiens resultat för hypotes 2. Vidare bedrevs post hoc-test för att analysera de skillnader som erhålls av analysen (se tabell 6; tabell 7, appendix 1).

Hypotes 3: Det finns ett samband mellan individers befintliga uppfattning om partiledarna och bedömningen av nyhetens trovärdighet

För att undersöka hypotes 3 bedrevs en Pearsons korrelationsmatris för variablerna överensstämmer och verklighetstrogen. Respondenternas befintliga uppfattning mäts genom en variabel, om nyhetsrubriken upplevs överensstämma med partiledaren. Om nyhetens bedömdes som trovärdig mättes genom i vilken utsträckning rubriken uppfattades som verklighetstrogen.

Korrelationsanalysen visade att det fanns ett signifikant samband mellan variablerna överensstämmer och verklighetstrogen ($r(91) = .583, p < .001$), det var ytterligare en positiv korrelation. Därmed finns det stöd för hypotes 3.

Diskussion

Denna studie syftade till att undersöka effekten av *partisanship* vid exponering för desinformation (fabricerade nyhetsrubriker), vilket undersöktes genom att studiens respondenter fick ta del av och besvara frågor om fabricerade politiska nyhetsrubriker. Studien utgick ifrån tre hypoteser som berörde effekten av positiva och negativa nyheter på in- och utgruppsmedlemmar samt sambandet mellan befintliga uppfattning och upplevelsen av nyheters trovärdighet, för att besvara studiens slutgiltiga frågeställning. Studiens resultat stödjer hypotes 1 och 3, och kunde delvis stödja hypotes 2. I studien mättes respondenternas acceptans för de falska nyhetsrubrikernas innehåll, deras upplevelse i fråga om rubrikens trovärdighet samt styrkan i positiv eller negativ reaktion vid den initiala exponeringen för varje rubrik.

Effekten av positiva och negativa nyheter på in- och utgruppsmedlemmar

Studios resultat bekräftar tendensen att individer i högre grad accepterar och reagerar positivt på positiva nyheter om ingruppsmedlemmar, vilket var förväntat då tidigare forskning framhäver att både ingruppsbias och bekräftelsebias skapar en preferens för information som reflekterar positivt på den egna gruppen och som bekräftar befintliga uppfattningar (Huddy et al., 2018; Knobloch-Westerwick, 2020; Peters, 2020). Studiens resultat påvisar även en tendens att i lägre grad acceptera positiva nyhetsrubriker om utgruppsmedlemmar, samt att dessa rubriker genererade negativa reaktioner. Detta kan förenas med tidigare forskning om utgruppsdegration (Gilliland et al., 2023). Effekten av positiva nyheter på in- och utgruppsmedlemmar kan således förankras i social identitetsteori (SIT), som betonar en individs vilja att positivt särskilja sin egen grupp från andra samt

studier som visar att expressivt *partisanship* återfinns i och har bäring på den svenska kontexten, trots blockpolitikens beskaffenhet (Renström et al., 2020; Huddy et al., 2018).

Den lägre grad av acceptans inför negativa nyheter om ingrupsmedlemmar styrker hypotes 2a än mer. Detta i kombination med att ingrupsmedlemmar i regel uppger att negativa nyheter om andra ingrupsmedlemmar inte upplevs vara trovärdiga, trots att utgrupsmedlemmar som exponeras för samma rubriker anser det motsatta, tyder på en tydlig effekt av social identitet på bedömningen av falskt politiskt nyhetsinnehåll. Vid exponering för negativa nyheter om utgrupsmedlemmar indikerades på motsvarande sätt en högre acceptans för nyheten. Återigen kan detta kopplas till SIT, men även ingrupsbias (Huddy et al., 2018).

Studiens resultat kunde däremot inte bekräfta tendensen att reagera mer negativt vid negativa nyheter om ingrupsmedlemmar, då både in- och utgrupper reagerar starkt negativt på de negativa nyheterna i enkäten, oavsett gruppassociering. En tolkning av resultatet är isåfall att negativa nyheter om ingrupsmedlemmar genererar negativa reaktioner eftersom detta motarbetar de positiva associationer som man vill tillskriva sin ingrupp. Att negativa nyheter om utgrupsmedlemmar skapar negativa reaktioner är emellertid oväntat och går emot tidigare forskning gällande SIT och ingrupsbias (Gilliland et al., 2023; Huddy et al., 2015). Det är dock möjligt att resultaten reflekterar ett mer övergripande negativitesbias som gör att just dessa negativa nyheter väcker större engagemang överlag (Knobloch-Westerwick, 2020).

Sammantaget tycks både SIT och bekräftelsebias spela centrala roller i respondenternas utvärdering av stimuli. SIT föreslår att individer är motiverade att bibehålla en positiv bild av sin ingrupp, vilket kan leda till starkare positiva reaktioner på positiva nyheter och avvisande av negativa nyheter (Huddy et al., 2018). Bekräftelsebias förstärker detta beteende genom att individen aktivt söker och värderar information som bekräftar deras befintliga åsikter och grupptillhörighet (Peters, 2020). När individer konfronteras med information som hotar deras grupptillhörighet eller ideologiska övertygelser, tenderar de att kritiskt granska och avvisa sådan information (Moore et al., 2021).

Reality-Matching Account (RMA) postulerar att bekräftelsebias är adaptivt genom att det hjälper individer att forma sin sociala miljö enligt deras övertygelser, vilket i sin tur ökar förtroendet för deras sociala övertygelser och underlättar social sammanhållning och samarbete (Peters, 2020). Studiens resultat ger stöd till den mekanism som både förstärker positiva sociala övertygelser samtidigt upprätthåller negativa sociala övertygelser.

Slutligen stödjer vår studie teorierna om att social identitet och bekräftelsebias påverkar hur individer reagerar på nyheter om ingrups- och utgruppsmedlemmar. Positiva nyheter om ingrupsmedlemmar accepteras och uppskattas mer, medan negativa nyheter om utgruppsmedlemmar inte nödvändigtvis leder till starka positiva reaktioner. Dessa resultat belyser komplexiteten i hur människor bearbetar information utifrån social identitet och bekräftelsebias. Det, i sin tur, har viktiga implikationer för förståelsen av den politiska polarisering vi ser i dagens samhälle.

Sambandet mellan befintliga uppfattningar och nyhetens trovärdighet

Studiens resultat gav stöd för hypotesen gällande att individens befintliga uppfattning påverkar deras uppfattning gällande trovärdigheten av rubriken. Studiens resultat visade således på en positiv statistisk signifikant korrelation mellan överensstämmelse med individens befintliga uppfattning om partiledaren och individernas uppfattning gällande nyhetens trovärdighet. Detta tolkas vidare som, vid exponering av desinformation, är betydelsen av individens befintliga politiska åsikter av relevans gällande benägenheten att tro på falska politiska nyheter.

Vårt resultat kan förstås genom teorin om bekräftelsebias, som föreslår att människor har en tendens att söka och tolka information på ett sätt som bekräftar deras existerande övertygelser och ignorerar/förvränger information som motsäger dem (Peters, 2020). Detta medför framförallt implikationer i en politisk kontext. I den politiska sfären kan bekräftelsebias leda till att människor rättfärdigar sina politiska beslut genom att leta efter information som bekräftar deras övertygelser (Mercier, 2020).

När ett politiskt förankrat budskap överensstämmer med en individs befintliga uppfattning om en partiledare, är det troligt att personen ser detta som verklighetstroget eftersom det passar in i deras existerande mentala ramverk. Trovärdighetsmarkörer som ämnar att hantera det överflöd av information som man ständigt möter, stödjer tanken om att människor använder sina existerande uppfattningar som filer för att bedöma trovärdigheten (Sperber et al., 2010). När exempelvis en nyhet stämmer överens med individens befintliga uppfattning, agerar detta som en "trovärdighetsmarkör" som underlättar benägenheten för att acceptera informationen som sann. Enligt Moore et al. (2021) förstärks individens förtroende för dennes befintliga uppfattning av att få bekräftande stöd för denna uppfattningen. Denna självförstärkande process är en form av motiverad kognition där människor aktivt söker information som stöttar deras existerande övertygelser och undviker eller avvisar information som inte gör det (Moore et al., 2021).

Styrkor och begränsningar

Studien bedrevs genom två omfattande enkäter, där exklusionen av överflödiga items bedrevs vid analysen. Detta gjorde eftersom det gav ytterligare förståelse för studiens urvalsgrupp, samt öppnade upp för möjligheten att undersöka andra faktorer som eventuellt kan ha haft en påverkans effekt på studiens resultat.

De påståenden som ämnade att undersöka studiens hypoteser: respondenternas *partisanship*, nivå av acceptans och trovärdighet på nyhetsrubrikerna, samt reaktionerna på rubrikerna var framtagna av studiens författare, vilket gör att de inte är beprövade påståenden. Detta korrigerades till viss grad genom pilotstudierna, men det bedrevs ingen statistisk utprovning, vilket utgör en risk för begränsning i studien, och kan eventuellt ha haft en inverkan på resultatet för studiens hypoteser. För att förbättra enkäten i relation till den interna validiteten hade ytterligare specificerade påståenden för att undersöka de underliggande konstrukt som studien ämnade att beröra implementeras. På så sätt skulle validiteten i studien kunnat förbättras då man med större säkerhet hade kunnat avgöra om påståendena faktiskt mäter det som vi avsåg att mäta.

Gällande den interna konsistens i de skalor som studiens resultat presenterar är dock Cronbach's alfa $\alpha = 0.832$ för den sammansatta variabeln "Politiskt engagemang", vilket indikerar på en hög intern konsistens. Cronbach's alfa var även hög gällande variablerna "Acceptans" och "Reaktion" dels för de positiva $\alpha = 0.807$ och negativa $\alpha = 0.807$ nyhetsrubrikerna, vilket även detta indikerar på en hög intern konsistens.

Eftersom ett slumpmässigt urval inte användes för att välja deltagarna, enkäterna postades genom författarnas egna kontaktnät, kommer studiens urval inte garantera ett representativt urval för populationen som studien syftade att undersöka. Risken för exkludering i samband med hur enkäten spreds, motverkas av studiens syfte. Då rekrytering av deltagare bedrevs via sociala medieplattformar som premierar användarengagemang med hjälp av algoritmer, erhåller studien även respondenter som har blivit exponerade för dessa algoritmer. Det fanns även en variation hos respondenterna gällande kön, och en viss variation med avseende på respondenternas ålder. Gällande politisk identifiering uppgav majoriteten av respondenterna sig identifiera sig med vänsterblocket, men en djupare analys av politisk identifiering samt *partisanship* kunde genomföras, eftersom enkäterna var explorativt utformade och innehöll ett flertal items om politisk identifiering. Studiens urval tyder på en viss representativitet, och stärker möjligheten att generalisera studiens resultat till andra populationer.

Vid hypotes 1 och 2 genomfördes en one-way ANOVA, vilket är en omnibus test statistik, vilket innebär att analysen kan indikera att det finns en signifikant skillnad mellan två grupper. Men det går inte att tyda vilka specifika grupper som skiljer sig från den andra. Detta behandlas dock genom post hoc-test samt genom den deskriptiva statistiken.

Vid hypotes 3 genomfördes en korrelationsanalys, vilket gör det möjligt att undersöka signifikanta samband mellan olika variabler. Det går dock inte att tyda vilken av variablerna i det undersökta sambandet som orsakar det andra, det skulle även kunna finnas en tredje möjlig variabel, confounder, som inte undersöks som förklarar sambanden.

Förslag till vidare forskning

Vår studie indikerar att ingrupsbias, utgruppsderogation och bekräftelsebias kan tänkas påverka hur svenskar utvärderar falskt politiskt nyhetsinnehåll. Till vilken utsträckning respektive mekanism bidragit till utfallet går däremot inte att förutsäga utan vidare statistiska prövningar. Således uppmuntrar vi till ytterligare forskning gällande desinformation genom falskt nyhetsinnehåll, och dess psykologiska påverkansaspekter. Vidare fördjupning av den insamlade datan för att undersöka potentiella interaktionseffekter, prediktorvariabler eller latent faktorer som kan ha betydelse i sammanhanget är av fördel för en ökad förståelse gällande den aktuella forskningen. Det finns således ytterligare analyser som kan angripa konstruktet från olika vinklar som ämnas att mätas i studien.

Slutligen ger studien upphov, samt underlag för att vidare undersöka de komplexa interaktionerna mellan social identitet i avseende till politisk formade in- och utgrupper, bekräftelsebias och mediepåverkan. Vidare forskning kommer även att gynnas av djupare förstudier om svenskars *partisanship*, i förhållande till ett allt mer polariserat politiskt klimat i kombination med ett växande informationssamhälle. Vidare forskning är nödvändig för att utforska dessa dynamiker djupare och för att hitta sätt att minska de negativa effekterna av desinformation i samhället.

Slutsatser

Sammanfattningsvis ger vår studie underlag för hur *partisanship*, som närmast kan beskrivas som den politiska sociala identiteten, påverkar informationsbearbetning genom olika psykologiska teorier. Studien erbjuder stöd för att vidare observera och undersöka denna sociala identitet i en svensk kontext. Vidare visar resultaten att den sociala identiteten tycks vara en faktor som har bäring på svenskars utvärdering och reaktion vid exponering för falska nyheter.

Vilken betydelse har politiskt partisanship när svenskar exponeras för politisk desinformation online? Studien har erhållit underlag för samtliga betydelse som

partisanship, mätt genom olika variabler, har på svenskar vid exponering för politisk desinformation online. Individens politiska *partisanship* påverkar i vilken mån desinformation accepteras både för att gynna dennes egna politiska affiliering, men även för att underminera andra grupper vid både positivt och negativt förankrade falska nyheter. Denna betydelse förstärks även genom individens egna initiala reaktion på dessa nyheter, men även vid att erkänna dessa nyheter som trovärdiga om den stämmer överens med individens befintliga uppfattning. Avslutningsvis har *partisanship* en stor och komplex betydelse för när svenskar exponeras för inrikespolitisk desinformation.

Referenser

- Bankert, A., Huddy, L., & Rosema, M. (2016). Measuring Partisanship as a Social Identity in Multi-Party Systems. *Political Behavior*, 39(1), 103–132.
<https://doi.org/10.1007/s11109-016-9349-5>
- Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder* (3e utgåvan). Liber.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence : science and practice* (5e utgåvan). Pearson Education.
- Cialdini, R. B. (4 februari 2022). Robert B. Cialdini and Jennifer L. Eberhardt on The 7 Principles of Influence (J. L. Eberhardt, intervjuare) [Intervju]. In *APS Observer*.
<https://www.psychologicalscience.org/observer/universal-principles-of-influence>
- Cormac, R., & Aldrich, R. J. (2018). Grey Is the New black: Covert Action and Implausible Deniability. *International Affairs*, 94(3), 477–494.
- Díaz Ruiz, C. (2023). Disinformation on digital media platforms: A market-shaping approach. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231207644>
- Galak, J., & Critcher, C. R. (2022). Who sees which political falsehoods as more acceptable and why: A new look at in-group loyalty and trustworthiness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 124(3), 593–619. <https://doi.org/10.1037/pspi0000264>
- Gilliland, D., Warner, B. R., Villamil, A., & Jennings, F. J. (2023). Intergroup Bias in Political Decision Making. *Communication Studies*, 74(5), 428–446.
<https://doi.org/10.1080/10510974.2023.2222282>
- Hernandez, M. (26 mars 2024). *(De)monetisation of Disinformation: Can the actions of large online platforms be measured? - Centre for Media Pluralism and Freedom*. Centre for Media Pluralism and Freedom. <https://cmpf.eui.eu/demonetisation-of-disinformation/>
- Homer, P. M., & Batra, R. (1994). Attitudinal effects of character-based versus competence-based negative political communications. *Journal of Consumer Psychology*, 3(2), 163–185. [https://doi.org/10.1016/s1057-7408\(08\)80003-4](https://doi.org/10.1016/s1057-7408(08)80003-4)

- Huddy, L., Bankert, A., & Davies, C. (2018). Expressive Versus Instrumental Partisanship in Multiparty European Systems. *Political Psychology*, 39(1), 173–199.
<https://doi.org/10.1111/pops.12482>
- Huddy, L., Mason, L., & Aaroe, L. (2015). Expressive Partisanship: Campaign Involvement, Political Emotion, and Partisan Identity. *American Political Science Review*, 109(1), 1–17. <https://doi.org/10.1017/s0003055414000604>
- Knobloch-Westerwick, S., Mothes, C., & Polavin, N. (2020). Confirmation bias, ingroup bias, and negativity bias in selective exposure to political information. *Communication Research*, 47(1), 104–124.
<https://doi.org/10.1177/0093650217719596>
- Kotsambouikidis, F. (programledare). (17 maj 2024). *Kampen om sanningen inför EU-valet* [Avsnitt i poddsändning]. I *Konflikt*. Sveriges radio.
<https://sverigesradio.se/play/avsnitt/2398607>
- Krafft, P. M., & Donovan, J. (2020). Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign. *Political Communication*, 37(2), 194–214. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686094>
- Mercier, H. (2020). *Not Born Yesterday : The Science of Who We Trust and What We Believe*. Princeton University Press.
- Merriam-Webster Dictionary. (2019). Definition of PARTISANSHIP. I *Merriam-webster.com*.
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/partisanship>
- Moore, A., Hong, S., & Cram, L. (2021). Trust in information, political identity and the brain: an interdisciplinary fMRI study. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 376(1822), 20200140. <https://doi.org/10.1098/rstb.2020.0140>
- Ohlsson, J. (2024). *Mediebarometern 2023*. Göteborgs Universitet. doi: 10.48335/9789189864009

- OSMUNDTSEN, M., BOR, A., VAHLSTRUP, P. B., BECHMANN, A., & PETERSEN, M. B. (2021). Partisan Polarization Is the Primary Psychological Motivation behind Political Fake News Sharing on Twitter. *American Political Science Review*, 115(3), 1–17. <https://doi.org/10.1017/s0003055421000290>
- Pereira, A., Harris, E., & Van Bavel, J. J. (2021). Identity concerns drive belief: The impact of partisan identity on the belief and dissemination of true and false news. *Group Processes & Intergroup Relations*, 26(1), 136843022110300. <https://doi.org/10.1177/13684302211030004>
- Peters, U. (2020). What is the function of confirmation bias? *Erkenntnis*, 87(3), 1351–1376. <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>
- Regeringen och Regeringskansliet. (26 juli 2023). *En ökad spridning av desinformation riktas mot Sverige*. Regeringskansliet. <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2023/07/en-okad-spridning-av-desinformation-riktas-mot-sverige/>
- Renström, E. A., Bäck, H. & Schmeisser, Y. (2020) Vi ogillar olika. Om affektiv polarisering bland svenska väljare i Ulrika Andersson, Anders Carlander & Patrik Öhberg (red) *Regntunga skyar* (s. 427-443). Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Säkerhetspolisen. (2024). *Säkerhetspolisens årsbok 2023-2024*. Säkerhetspolisen. <https://sakerhetspolisen.se/om-sakerhetspolisen/publikationer/sakerhetspolisens-arsberattelse.html>
- Serrano-Puche, J. (2021). Digital disinformation and emotions: exploring the social risks of affective polarization. *International Review of Sociology*, 31(2), 231–245. <https://doi.org/10.1080/03906701.2021.1947953>
- Shaughnessy. (2014). *Research methods in psychology*. (10th ed.). McGraw-Hill.

Sperber, D., Clement, F., Heintz, C., Mascaro, O., Mercier, H., Origg, G., & Wilson, D.

(2010). Epistemic vigilance. *Mind & Language*, 25(4), 359–393.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-0017.2010.01394.x>

SVT Nyheter. (24 november 2023a). Kristersson om felciteringen som sprids: ”Det här är desinformation”. *SVT Nyheter*.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/kristersson-om-felciteringen-som-sprids-det-har-ar-desinformation--dh0cfg>

SVT Nyheter. (24 november 2023b). *UD:s vädjan efter spridning av Kristersson-klipp: Bidra inte till detta*. SVT Nyheter.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/uds-vadjan-efter-spridning-av-kristersson-klipp-bidra-inte-till-detta--haggqh>

TNKVRT (tänkvärt) [@tnkvrt]. (21 november 2023). "In psychoanalysis, a Freudian slip, also called parapraxis, is an error in speech, memory, or physical action that occurs due [video bifogad] [Instagraminlägg]. Instagram.

https://www.instagram.com/reel/Cz7EiWfI4h4/?utm_source=ig_web_copy_link

TRT World. [@trtworld]. (22 november 2023). "Israel has the right to genoci...

self-defence.Swedish Prime Minister Ulf Kristersson made what many social media users are calling[Video] [TikTok-inlägg]. <https://vm.tiktok.com/ZGeXo38P3/>

von der Leyen, U. (16 januari 2024). Special Address by President von der Leyen at the

World Economic Forum. In *European Commission - European Commission*

[Transcript]. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_24_221

Wagnsson, C., & Barzanje, C. (2019). A framework for analysing antagonistic narrative strategies: A Russian tale of Swedish decline. *Media, War & Conflict*, 14(2),

175063521988434. <https://doi.org/10.1177/1750635219884343>

Appendix 1 - Figurer och tabeller

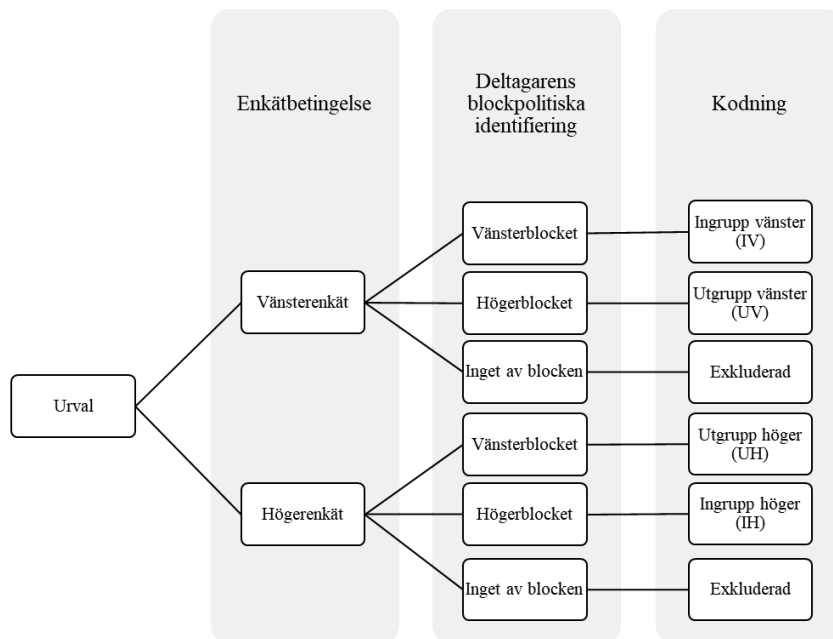
Figur 2

Figuren över de olika nyhetsrubrikerna, vilka kategorier de indelades i samt vilka politiker som associerades med vilka

		Items per enkät			
		Vänsterpolitisk betingning		Högerpolitisk betingning	
Personliga egenskaper – positiv					
	Item 1	Item 2	Item 1	Item 2	
Personliga egenskaper – negativ					
	Item 3	Item 4	Item 3	Item 4	
Kompetens – Positiv					
	Item 5	Item 6	Item 5	Item 6	
Kompetens - negativ					
	Item 7	Item 8	Item 7	Item 8	

Figur 3

Visuell redogörelse för kodning av in- och utgrupp



Tabell 1*Descriptives över politisk kartläggning*

	Tillhörighet	Politiskt engagemang	B3	B4	B5	B6	B7	B8
N	Högerblocket	33	33	33	33	33	33	33
	Vänsterblocket	58	58	58	58	58	58	58
Missing	Högerblocket	0	0	0	0	0	0	0
	Vänsterblocket	0	0	0	0	0	0	0
M	Högerblocket	4.58	4.27	3.76	3.52	3.67	3.64	4.27
	Vänsterblocket	3.78	3.84	3.88	3.86	3.78	3.45	4.10
Median	Högerblocket	4.50	4	4	3	4	4	5
	Vänsterblocket	3.75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
SD	Högerblocket	1.12	1.44	1.15	0.939	1.34	1.34	1.66
	Vänsterblocket	1.26	1.31	1.14	1.22	1.51	1.48	1.62
Min.	Högerblocket	1.50	1	1	2	1	1	1
	Vänsterblocket	1.00	1	2	1	1	1	1
Max.	Högerblocket	6.00	6	6	6	6	6	6
	Vänsterblocket	6.00	6	6	6	6	6	6

Not. B3 (speglad version av "Jag tenderar att väga in den allmänna opinionen när jag tar ställning i en politisk fråga"), B4 ("Mina vänner har starka politiska åsikter"), B5 ("Mina vänners politiska åsikter liknar mina egna"), B6 ("Min familj har starka politiska åsikter"), B7 (Min familjs politiska åsikter liknad mina egna"), B8 ("Jag exponeras regelbundet för politiskt innehåll på sociala medier").

Tabell 4

Tukey Post-Hoc Test över acceptans av positiva nyhetsrubriker

		1	2	3	4
1. IH	Mean difference		.39	1.63***	1.57***
	t-value		1.86	6.70	7.24
	df		87.0	87.0	87.0
	p-value		.25	< .001	< .001
2. IV	Mean difference			1.24***	1.17***
	t-value			5.75	6.38
	df			87.0	87.0
	p-value			< .001	< .001
3. UH	Mean difference				-.061
	t-value				-.27
	df				87.0
	p-value				.99
4. UV	Mean difference				
	t-value				
	df				
	p-value				

Not. IH (ingrupp för högerblocket, (IV) ingrupp för vänsterblocket, UH (utgrupp för högerblocket), UV (utgrupp för vänsterblocket)

* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabell 5

Tukey Post-Hoc Test över reaktion på positiva nyhetsrubriker

		1	2	3	4
1. IH	Mean difference		.98	4.47***	3.25***
	t-value		1.93	7.63	6.25
	df		87.0	87.0	87.0
	p-value		.22	< .001	< .001
2. IV	Mean difference			3.49***	2.27***
	t-value			6.74	5.13
	df			87.0	87.0
	p-value			< .001	< .001
3. UH	Mean difference				-1.12
	t-value				-2.23
	df				87.0
	p-value				.10
4. UV	Mean difference				
	t-value				
	df				
	p-value				

Not. IH (ingrupp för högerblocket, (IV) ingrupp för vänsterblocket, UH (utgrupp för högerblocket), UV (utgrupp för vänsterblocket)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tabell 6

Tukey Post-Hoc Test över acceptans av negativa nyhetsrubriker

		1	2	3	4
1. IH	Mean difference		-.01	-1.09**	-1.16***
	t-value		-.053	-3.56	-4.30
	df		87.0	87.0	87.0
	p-value		1.0	.003	< .001
2. IV	Mean difference			1.07***	1.15***
	t-value			-3.98	-4.99
	df			87.0	87.0
	p-value			< .001	< .001
3. UH	Mean difference				-.08
	t-value				-.29
	df				87.0
	p-value				.99
4. UV	Mean difference				
	t-value				
	df				
	p-value				

Not. IH (ingrupp för högerblocket, (IV) ingrupp för vänsterblocket, UH (utgrupp för högerblocket), UV (utgrupp för vänsterblocket)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tabell 7

Tukey Post-Hoc Test över reaktion på negativa nyhetsrubriker

		1	2	3	4
1. IH	Mean difference		-.91	-1.29	-.56
	t-value		-1.73	-2.20	-1.08
	df		87.0	87.0	87.0
	p-value		.28	.131	.70
2. IV	Mean difference			-.38	.34
	t-value			-.73	.77
	df			87.0	87.0
	p-value			.88	.86
3. UH	Mean difference				.72
	t-value				1.36
	df				87.0
	p-value				.52
4. UV	Mean difference				
	t-value				
	df				
	p-value				

Not. IH (ingrupp för högerblocket, (IV) ingrupp för vänsterblocket, UH (utgrupp för högerblocket), UV (utgrupp för vänsterblocket)

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Appendix 2 - Enkäten

Slutgiltiga enkäten, alla frågor är obligatoriska om inte ""anges*

Vi är två studenter som just nu läser kandidatkursen i psykologi vid Lunds universitet, där vi inom ramarna för vårt examensarbete genomför en psykologisk studie. Vi hade varit tacksamma om just **du** hade kunnat tänka dig att delta! Studien syftar till att undersöka psykologiska aspekter som påverkar svenskars personliga ställningstaganden i en politisk kontext. Om du väljer att delta kommer du därför att tillfrågas om dina politiska åsikter och ditt politiska engagemang, bland annat. Enkäten tar cirka 10-15 minuter att besvara. Den insamlade datan används enbart i forskningssyfte. Undersökningen är frivillig, helt anonym (vi kan inte knyta dina svar till din identitet) och du kan välja att avbryta din medverkan när du vill. Tack på förhand för ert deltagande! //Alice Lindvall och Mathilda Andersson

Jag bekräftar att jag erhållit nödvändig information om forskningssyftet och ger mitt samtycke till frivilligt deltagande i studien.

Ja, jag bekräftar och önskar delta

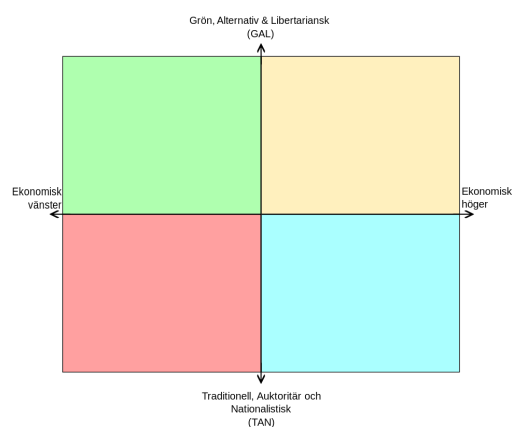
Jag önskar inte delta i studien

Demografiska frågor

1. Är du svensk medborgare? (*Ja/Nej/Vill ej uppge*)
2. Besvara denna fråga om du svarade "nej" eller "vill ej uppge" på föregående fråga. Har du vid något tillfälle bott i Sverige under en sammanhängande tidsperiod om minst 5 år? (*Ja/Nej*)*
3. Könsidentitet (*Kvinna/Man/Icke-binär/Annan könsidentitet/Vill ej uppge*)
4. Ange din ålder (*Under 18/18-29/30-39/40-49/50-59/60+*)

Politiska åsikter

1. Var placerar du dig själv på spektrumet ovan?
(*Ekonomisk vänster/Ekonomisk höger*) (9 skalig fråga)
2. Var placerar du dig själv på spektrumet ovan? (*Grön, Alternativ & Libertariansk/Traditionell, Auktoritär & Nationalistisk*) (9 skalig fråga)
3. Vilket av de politiska blocken identifierar du dig mest med? (*Vänsterblocket/Högerblocket/Inget av dem*)
4. Indikera din inställning till partiledarna i sin roll som politiker, yrkesmässig kompetens (6 skalig fråga)
 - a. Ulf Kristersson/Magdalena Andersson/Jimmie Åkesson/Nooshi Dadgostar (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - b. Magdalena Andersson (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - c. Jimmie Åkesson (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - d. Nooshi Dadgostar (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)



5. Indikera din uppfattning om partiledarnas personliga egenskaper, vänlighet/pålitlighet (6 skalig fråga)
- Ulf Kristersson (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - Magdalena Andersson (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - Jimmie Åkesson (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)
 - Nooshi Dadgostar (*mycket negativ uppfattning/mycket positiv uppfattning*)

Skala för resterande frågor om inget annat anges

1. Instämmer inte alls
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
6. Instämmer helt

Fortsättning om politiska åsikter

1. Jag är väl insatt i svensk politik
2. Jag har starka åsikter om hur politiken bedrivs/bör bedrivas i Sverige
3. Jag tenderar att väga in den allmänna opinionen när jag tar ställning till en politisk fråga
4. Mina vänner har starka politiska åsikter
5. Mina vänners politiska åsikter liknar mina egna
6. Min familj har starka politiska åsikter
7. Min familjs politiska åsikter liknar mina egna
8. Jag exponeras regelbundet för politiskt innehåll på sociala medier

Nyhetsrubriker

1. Jag reagerar starkt på nyheten ovan
2. Jag upplever att den här nyhetsrubriken överensstämmer med min bild av *partiledaren*
3. Jag bedömer nyheten som verklighetstrogen
4. Jag hade kunnat dela den här nyheten med vänner och familj
5. Min initiala reaktion på nyheten är huvudsakligen (*Positiv/Negativt*)
6. Jag upplever nyhetskällans politiska agenda som (*Vänstervriden/Politisk neutral/Högervriden*)

Tack för din medverkan!

Tack för din medverkan! Innan du skickar in enkäten vill vi informera dig om att de "nyheter" du ombetts reagera på inom ramarna för den här studien INTE är verkliga nyheter och därför INTE ska behandlas som fakta. Samtliga rubriker är påhittade och bilderna av "nyheterna" är montage som skapats av oss i syfte att simulera politisk desinformation.

Vänligen bekräfta nedan att du tagit del av den här informationen

- Ja, jag bekräftar

Om du har några frågor kring studien eller ditt deltagande,
maila (en av författarnas mailadress). Tack ännu en gång för ditt deltagande!

//Alice och Mathilda