

Grafiska Designens verkan på högskolestudenter gällande tilliten till nyhets webbplatser

Denna rapport handlar om hur den grafiska designen på en nyhets webbplats påverkar Högskolestudenters tillit till webbplatsen, och hur det påverkar trovärdigheten på artiklar som återfinns på webbplatsen.

Graphic Design's impact on college students regarding trust in news sites

This report is about how the graphic design on a news site affects college students' trust to site, and how it affects the credibility of articles that is founded on the site.

Examensarbete inom Systemvetenskap Enterprise
Information Management
Grundnivå 30 Högskolepoäng
Vårtermin 2017

Sardar Batofi

Handledare: Eva Söderström
Examinator: Jerney Rose

Abstract

This review is about how the graphic design on a news site influences college students' trust towards the site and how it affects the credibility to the articles from the student's perspective. The review was conducted on the basis of a triangular research method. A quantitative and a qualitative method was used, the collection techniques used during the review were a survey and interviews. The purpose of the survey was to understand what factors affect users' trust in a news site and article credibility. The motivation for this review is that truthless news are spread across social media and that many people do not realize that the news is truthless and choose to share it with their circle on social media. This is something that needs to be processed and fixed.

Keywords: Graphic design, trust, credibility, website, news site, news, college students, article, survey, interviews

Sammanfattning

Denna undersökning handlar om hur den grafiska designen på en nyhets webbplats påverkar högskolestudenters tillit till webbplatsen och påverkar artiklarnas trovärdighet från studentens perspektiv. Undersökningen utfördes utifrån en triangulär forskningsmetod. En kvantitativ samt kvalitativ metod användes, insamlingsteknikerna som användes under undersökningen var en enkätundersökning samt intervjuer. Syftet med undersökningen var att förstå vilka faktorer påverkar användarnas tillit till en nyhets webbplats och artiklars trovärdighet. Motiven till denna undersökning är att sanningslösa nyheter sprids över sociala medier samt att många människor inte inser att nyheterna är sanningslösa och väljer att dela det vidare till sin krets på sociala medier. Detta är något som behöver bearbetas och redas ut.

Nyckelord: Grafisk design, tillit, trovärdighet, webbplats, nyhets webbplats, nyheter, artikel, högskolestudent, enkätundersökning, intervjuer

Förord

Jag vill börja med att tacka min familj, vänner och alla som stöttat mig under hela utbildningen och arbetets gång. Sen vill jag rikta ett stort tack till Eva Söderström som hjälpt och väglett mig under arbetets gång. Jag vill även tacka Jeremy Rose för feedbacken och hjälpen som han bidrog med.

Innehållsförteckning

1. Introduktion	1
2. Nyheter	2
3. Tillit och trovärdighet	4
3.1 Tillit	4
3.2 Trovärdighet	5
3.3 Tillit och trovärdighet inom nyheter på webben	8
4 Gränssnitt och Grafisk design	9
4.1 Gränssnitt	9
4.2 Grafisk design	9
4.2.1 Färg	10
4.2.2 Kontrast	10
4.2.3 Typografi	11
4.2.4 Layout	11
4.3 Estetisk hantering av webbplatser	11
5. Problemområde och syfte	13
5.1 Problemdiskussion & frågeställning	13
5.2 Målgrupp	13
5.3 Avgränsning & Förväntat resultat	14
6. Metod	15
6.1 Kvantitativ metod	15
6.2 Kvalitativ metod	17
6.3 Sammankoppling av enkätundersökning & intervjuer	19
6.4 Urval av respondenter	20
6.5 Etiska aspekter	20
7. Genomförande	21
7.1 Genomförande av enkätundersökningen	21
7.2 Genomförande av intervjuer	22
8. Analys	23
8.1 Analys av enkätundersökning	23
8.1.1 Kategori A Allmänna frågor	23
8.1.2 Kategori B: tillit och trovärdighet	26
8.1.3 Kategori C: Grafiska designen	28
8.2 Analys av intervjuer	30
8.2.1 Kategori A: Allmänna frågor	30
8.2.2 Kategori B: tillit och trovärdighet	31
8.2.3 Kategori C: Grafiska designen	32
8.3 Sammankoppling av enkätstudier & intervjuer	34
9. Resultat	38
9.1 Sekundär fråga	38
9.1.1 Sekundär fråga 1	38
9.1.2 Sekundär fråga 2	39
9.2 Primära frågan	39
9.3 Resultat & förväntat resultat	40
10. Slutsats	41

11. Diskussion	42
11.1 Vald metod och process	42
11.2 Etiska aspekter	44
11.3 Vetenskapliga aspekter och samhällreliga aspekter	44
11.4 Framtida arbeten	45
Referenser	46

Bilagor

Bilaga 1 – Presentation för förfrågning om intervju igenom mejl	
Bilaga 2 – Respondenternas rättigheter innan intervju	
Bilaga 3 – Intervjufrågor	
Bilaga 4 – Enkätundersökningen	

Figurförteckning

Figur 1. Enkätstegen	16
Figur 2. Intervjusteg	19
Figur 3. Analysstegen	19
Figur 4. Sammankoppling	20

Diagramförteckning

Diagram 1. Kön	23
Diagram 2. Ålder	24
Diagram 3. nyheter på Internet	24
Diagram 4. Jag får informationen från nyhetsplatser, bloggar och sociala medier	25

Diagram 5. Jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser..... 25

Diagram 6. Jag tror på det mesta jag läser på Internet 27

Diagram 7. Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.....27

Diagram 8. Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.....28

Diagram 9. Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.....	28
Diagram 10. kontrasten på webbplatsers påverkan på användarna	29
Diagram 11. Typsnittets påverkan på användarna.....	29
Diagram 12. I helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen ...	30
Tabellförteckning	
Tabell 1. Vilka Svenska nyhetsplatser respondenterna besökte	26
Tabell 2: Lokala tidningar som nämnts av respondenter	26

1 Introduktion

Internet är idag en stor del av de flesta svenskers vardagsliv, tillgångar till internet ligger strax över 90 procent och 82 procent av alla svenska medborgare använder internet dagligen. Personer mellan 16 och 25 år tillbringar i genomsnitt nästan 40 timmar i veckan åt internet och 78 procent av befolkningen i alla åldrar kopplar upp sig via mobilen. Användningen av sociala medier ligger på 75 procent och 71 procent av användarna använder sig av Facebook. Internet är idag den viktigaste informationskällan där Facebook är en viktigare nyhetskälla än tv, radio och dagstidningar. 19 procent av internetanvändarna söker dagligen efter fakta och 49 procent söker efter nyheter (Davidsson& Findahl, 2016). Eftersom många människor använder sig av internet samt Facebook, är det viktigt att vara källkritisk, för att felaktig information sprids via sociala medier ständigt (Chen, Sin, Theng & Lee, 2015). Människor tänker inte på ansvaret med att kontrollera Internetkällor och klickar bara på en knapp för att dela vidare nyheterna till en större grupp människor (Metzger, 2007). Felaktiga nyheter uppkommer ofta på sociala medier och är antingen av seriösa medier eller fiktiva nyhetswebbplatser. Felaktiga artiklar som publiceras av seriösa medier bygger inte på tomma intet, utan är fakta baserade, men vinklade till någon politisk partis fördel. Men många felaktiga nyheter som sprids på Facebook bygger inte på någon konkret faktauppgift, eller innehåller förvanskade fakta som ger en story som inte beskriver verkligheten (Bergin, 2017). Ett exempel av en felaktig nyhet som spreds i sociala medier var under Amerikanska valet och det var historien om Pizzagate, som spreds via sociala medier (Bergin, 2017).

”Pizzagate kallas den påhittade nyheten om att en restaurang i Washington påstods ha kopplingar till en barnsexhärva, där Hillary Clinton och medlemmar ur hennes stab skulle vara direkt inblandade.”

Historien spreds i sociala medier med hashtaggen ”Pizzagate”. Den resulterade bland annat i att en man begav sig till den utpekade krogen med ett gevär och öppnade eld. Han greps innan någon kom till skada” (Bergin, 2017).

Detta visar att människor är lättmanipulerade, lättpåverkade och tar emot vad som helst utan att vara kritiska till det dem läser, därför är det väldigt negativt att felaktiga nyheter sprids ständigt.

Syftet med denna rapport är att ta reda på om Grafiska designen samt professionalitet på nyhets webbplatser har någon påverkan på högskolestudenters tillit när det gäller trovärdigheten på artiklarna som återfinns på sidan. Detta är viktigt att undersöka eftersom forskare samt journalister är medvetna om att spridning av felaktiga nyheter på sociala medier förekommer, men att dem inte vet den riktiga orsaken till det och ingen har tidigare gjort denna typ av undersökning. Därför är det intressant att erfara vilka faktorer högskolestudenter påverkas av och hur de gör när dem skall vara källkritiska.

2. Nyheter

Detta kapitel är ett bakgrundskapitel som tar upp historiska faser, d.v.s. hur nyheter först uppkom och hur det sedan har spridits på genom generationer.

En nyhet är ett meddelande om något betydelsefullt som offentliggörs och som tidigare varit okänt. Det kan vara en händelse, en process eller ett tillstånd (Rosengren, 2017). Nyheter är tidskrivna och är tillgängliga för allmänheten. Spridning av nyheter har förekommit igenom olika metoder igenom olika tider och generationer. Det hela började 59 f. Kr i Rom under Julius Caesars tid där offentliga samt privata nyheter skrevs på stora vita tavlor och anslogs på allmänna platser. Även handskrivna nyhetsblad har visats under Tangdynastin i Kina på 600-talet. Det var under medeltiden som det blev vanligt i Europa för städer samt handelshus att ge ut nyhetsbrev (Runesson, 2009). Den första tryckta tidningen kom ut i slutet av 1605 av tysken Johann Carolus i Strasbourg (Weber, 2006). Carolus hade tidigare förmedlat politiska samt universella nyheter i handskrivna form till sina avnämare. Problemet med det existerande arbetssättet var korrespondenter, som förmedlade nyheterna per brev mot betalning, hade mycket att berätta vilket ledde till att Carolus inte hann skriva ned allt samt ställa samman till "aviser" (Weber, 2006, s.392). Carolus hade även upptäckt att intresset för världsnyheter sträckte sig utöver den lilla krets som hade råd att köpa de handskrivna bladen. Detta ledde till att Carolus investerade i ett litet tryckeri, men var orolig för plagiat och vände sig till magistraten med en underdånig ansökan i hopp om att tillerkännas privilegiet att ensam ge ut en "Ordinarie Zeitung" under de närmaste tio åren. (Lindeborg, 2005). Denna process ledde till den första tryckta tidningen. Den första tryckta tidningen i Sverige publicerades år 1645 och bestod av material utslutande av meddelanden från utlandet av personer, d.v.s. att tidningen förde vidare vad dessa personer hört av resenärer från andra länder och kontinenter. Raderna som skickades sattes ihop i ett tryckt blad på postkontoret i Stockholm. Tidningen hette "Ordinarie Post Tijdenter" (Linder, 2006). "Ordinare Post Tijdenter" skapades av drottning Kristina i samråd med Axel Oxenstierna (Svensén, 1998). Senare under 1900-talet började Sverige sända radio. 1 januari 1925 startade sändningarna i AB Radiotjänsten, men det var år 1937 som man började sända fördjupade nyheter. Det var under andra världskriget där radio blev ett nyhetsmedium utav största vikt i Sverige, därför att radion under andra världskriget var ensam utgivare av viktiga nyheter samt meddelanden. Det var då människorna i Sverige flockades kring radioapparaterna för att få information om hur läget stod till i världen (Djerf-Pierre, & Weibull, 2001). År 1956 var officiella starten av TV-sändningar i Sverige (Kleberg, 2006). Första visningen av TV för allmänheten ägde rum år 1938 på Svenska Filmindustrins biograf i Stockholm. År 1946 reste Björn Nilsson samt Hans Werthen, assistenter vid den Kungliga Tekniska Högskolan, till USA för att studera TV-teknikens ståndpunkter samt framtidsmöjligheter. Vid hemkomsten konstaterade de i sina reserapporter att "Tiden nu får anses vara mogen att även i Sverige börja bearbeta olika sidor av televisionstekniken" (Kleberg, 2006, s33). Första nyhetsjournalen som sändes på TV i Sverige sändes år 1954 och hette Utkik. Utkik bestod av korta nyhetsfilmer och inslagen visade bland annat bilder på en båt som åkt på grund utanför Viktens fyr, en tyfons våldsamma härjningar i Kanada, en Dramatenpremiär, en modevisning från Paris och en intervju med en Nobelpristagare. Utkik var en stum journal som använde sig av musik samt upplästa manus (Djerf-Pierre, & Weibull, 2001, s109). På slutet av 90-talet började massmedierna publicera nyhetsartiklarna på webben. Först ut i Sverige var Aftonbladet. Aftonbladets internet-tidning startades år 1994. Under webbens tio första år etablerade Aftonbladet sig parallellt som

nyhetsförmedlare i radio, text-tv, mobiltelefoner, handdatorer och webb-TV. Aftonbladet.se fick sin förste chefredaktör samt ansvariga utgivare år 2000 (aftonbladet, 2007).

Något som har använts ständigt i median är propaganda. Propaganda definieras som en systematiskt bedriven verksamhet som syftar till att påverka människors åsikter, värderingar eller handlingar i en bestämd riktning. Detta utförs genom bilder eller andra symboler. I nutid sammankopplas propagandan med användning av medier som TV, radio, press, internet, filmer, affischer etc. (NE, 2017).

Nya metoder samt tillgångar träder fram konstant och propagandan ändras ständigt. Exempelvis under andra världskriget använde Sverige samt andra länder sig av affischer samt uttryck såsom "Svensk tiger". Svensk tiger var ett uttryck som användes för att få allmänheten att hålla tyst om information som kunde skada det neutrala Sverige under andra världskriget (Thomsen, 2014).

I nutid är sociala medier ett starkt verktyg för olika politiker eller grupper i samhället att använda sig av propaganda. Många säger att den arabiska våren 2011 aldrig hade inträffats utan sociala medier. Människor från Egypten, Tunisien, Libyen samt Jemen kom i kontakt med varandra genom sociala medier där de kunde uttrycka sitt missnöje med hög arbetslöshet, fattigdom, militär våld osv. (Höglund, 2014).

Propagandan användes ständigt i sociala medier under amerikanska valrörelsen. Sociala medier har stigit fram som fjärde statsmakten, den roll som tidigare ägts av pressen, radion samt TV (Magnusson, 2016). Propagandan har även används väldigt mycket i sociala medier av terrorgruppen "Isis" för att rekrytera svenska ungdomar till att strida för Isis. Isis använde sig av bl.a. slutna Facebook grupper där svenska ungdomar fick väldigt raka uppmaningar till att åka ner till Syrien eller Iraq och strida där (p1 Morgon, 2014). I dagens samhälle används olika webbplatser som t.ex. Google och Yahoo som stora informationskällor, eftersom dessa sidor tillhandhåller ett brett utbud av information såsom nyheter och väder och har olika funktioner såsom chatt och e-post (Go et al., 2016). (Go et al.,(2016) nämner även att sociala nätverk fungerar som en viktig informationskälla där människor kan fånga upp heta, nuvarande frågor samt trender utan att besöka andra nyhets webbplatser.

3. Tillit och trovärdighet

Detta kapitel innehåller definitioner av tillit och trovärdighet, teorier från olika studier som förklarar tillit samt trovärdighet inom sociala kontexter samt mellan informationsteknologi och människa.

3.1 Tillit

Tillit är ett centralt begrepp i vardagen som fungerar som ett socialt lim. Det möjliggör en fredlig ekonomisk samt politisk samarbete på makronivå och på mikronivå fungerar det som en mekanism för individer till att hantera risker och farhågor i sina relationer med andra individer (Pan & Chiou, 2011). Wang & Emurian (2005) definierar tillit som *”förtroende för någon kvalitet eller attribut för en person, en sak eller sanningen om ett uttalande”*. Tillit har funnits lika länge som förekomsten av den mänskliga sociala interaktionen. Tillit är ett abstrakt begrepp som ofta används omväxlande med relaterade begrepp som trovärdighet (Wang et al., 2005). Schoorman, Mayer & Davis (2016) definierar tillit som viljan hos en part att vara sårbar i följd av ett annat parti, utgått ifrån förväntningar om att andra parten skall utföra en viss åtgärd, oberoende av möjligheten att övervaka eller kontrollera den andra parten. Lewicki och Bunker (1996) upplyser om att tillit kan studeras ur ett antal perspektiv som t.ex. individens personlighet, institutionell fenomen och sociala transaktioner.

Tillit är ett centralt begrepp i denna undersökning eftersom det är en del av frågeställningen för att upptäcka hur den grafiska designen på en webbplats påverkar användarnas tillit. Förhållanden mellan informationsteknologi och tillit är viktigt eftersom informationsteknologin kan ändra ramen för mänskliga relationer (Järvenpää, Shaw & Staples, 2004). Förändringar i kontext kan leda till olika förtroendenivåer. Järvenpää et al (2004) förstärkt av ”Merriam Webster Dictionary” definierar kontext som integrerade situationer där något existerar eller förekommer. IT baserade relationer som är tillfälliga kan inte nå samma tillitsnivå som tillit i sociala kontext, eftersom IT baserade relationer är inte bunden till en känd plats som t.ex. ansikte mot ansikte interaktioner som förekommer i fysiska infrastruktur eller gemensamma sociala historier (Kramer, 1999). Kontext kan även ändra rollen av tillit (Kramer 1999, al; Rousseau et 1998; Tyler & Kramer 1996). Den generella tolkningen av tillit i IT litteraturen är att tillit har positiva effekter när det gäller samarbete och prestanda (Iacono & Weisband. 1997, Järvenpää et al. 1998, Järvenpää och Leidner.1999). Det finns oerhört många informationskällor på internet som människor använder sig av dagligen. Det finns bl.a. nyhets webbplatser, bloggar och sociala medier som bidrar med enormt mycket information. Människor värderar informationen som tas emot genom tidigare erfarenheter med informationskällan, hur informationen presenteras samt hur lättillgänglig och lättåtkomlig den är (Ardichvili, Page & Wentling, 2003). Tillit inom internet har studerats inom flertal discipliner och varje disciplin tolkar det på sitt egna sätt för att karakterisera begreppet. Det finns två helhetsdelar som de flesta definitioner har gemensamt. Enligt Wang et al (2005) så är den första beståndsdelen att det måste finnas två parter för att uppfylla en tillitsfull relation som t.ex. när en användare besöker en nyhets webbplats. Då skall tillit bemötas från bägge håll. Detta menas att en nyhets webbplats skall agera tillförlitligt för användaren och användaren skall ha förtroende för nyhets webbplatsen. Den andra beståndsdelen gäller att det existerar en relation mellan tillit och sårbarhet, d.v.s. att användarna är sårbara i riskfyllda miljöer eller när osäkra handlingar utförs. Då söker användarna tillit för den

situationen.

Termen tillit är ett multidimensionellt begrepp som innehåller tre synvinklar. Det är kvalité, ärlighet och kompetens. Dessa synvinklar kan användas för att utvärdera samt analysera användarnas tillit till webbplatsen dem besöker. Ärlighet innebär att en webbplats bör uppfylla kriterier och användbara råd samt att rekommendationer bör ges av användarna. Webbplatsen bör vara ärlig samt att innehållet bör vara uppriktigt och erbjuda löften som utlovas. Kompetens syftar till att webbplatsen tillhandahåller resurser och har kapaciteten som krävs för att utföra handlingar som utlovats (Seckler, Heinz, Forde, Tuch & Opwis, 2014). Seckler et al (2014) upplyser även såvida en studie som visar att hög grad av ärlighet samt god kompetens inom en webbplats stärker användarnas tillit medan bristande ärlighet och dålig kvalité minskar tilliten till webbplatsen. Det finns somliga viktiga egenskaper inom tillit på internet. Dessa egenskaper kan vara till nytta som utgångspunkt för att söka djupare förståelse av naturist förtroendet för en online sammanhang (Wang et al., 2005). Det finns 2 egenskaper som Wang et al., (2005) tar upp i artikeln. Dessa 2 egenskaper kan relateras till detta arbete. Egenskaperna hos tillit inom webben som Wang et al., (2005) nämner att användare och förvaltaren är viktiga för att bekräfta en tillitsfull relation i online- världen. Användaren är den som surfar runt på webbplatser och förvaltaren är webbplatsen. Wang nämner även sårbarhet som en viktig egenskap för att bekräfta en tillitsfull relation online. Sårbarhet gäller komplexiteten och anonymiteten i samband med att användaren kan bete sig på ett opålitligt sätt på webben. Användarna är oftast osäkra när det gäller riskerna samt konsekvenserna dem tar när de surfar på webben. T.ex. att data kan samlas in gällande dem och kan missbrukas eller distribueras utan deras samtycke eller kunskap. Dessa orsaker leder till en osäker miljö där det kan behövas utmanande handlingar av förvaltaren för att bygga upp tilliten hos användarna.

3.2 Trovärdighet

Trovärdighet är bland de äldsta linjerna i kommunikationsforskning. Trovärdighet har sitt ursprung i det gamla Grekland och innehar flera definitioner såsom tillit, pålitlighet, noggrannhet, rättvisa, objektivitet samt ett antal andra begrepp och kombinationer av dessa. Forskare inom trovärdighet beskriver trovärdighet som en upplevd kvalitet som består av flera dimensioner (Fogg & Tseng, 1999). Diskussioner kring trovärdighet bör fokuseras på den upplevda kvalitén samt att trovärdighet inte grundar sig i ett objekt, en person eller en upplysning. Fogg et al., (1999) resonerar att uppfattningen kring trovärdighet resulterar från simultan utvärdering av flera dimensioner. Det identifierades även två viktiga komponenter i Fogg et al., (1999) forskning; tillförlitlighet samt expertis. En viktig del av trovärdighetskalkylen är tillförlitlighet. Termer som välmenande, sanningsenlig samt opartiskt lyfts fram i tillförlitlighet. Förhållandet mellan tillit och trovärdighet har i helhet försumrats. Trovärdighet och tillit påverkar eller påverkas av varandra. T.ex. att en användares uppfattning gällande trovärdighet i en given informationskälla kan anses vara ett resultat i en process av tilldelning där trovärdighet ger ett rationellt tankesätt för att bygga upp tillit. Därför sägs det att användarens tillit påverkas av vad hen avser är ett givet medium som trovärdiga (Go, et al., 2016). Expertis definieras som kunnig, erfaren och kompetent där termen definierar den upplevda kvalitetskunskapen av en specifik källa. Dessa dimensioner förklarar att trovärdiga källor bör uppfattas ha en hög grad av både tillförlitlighet samt expertis (Fogg et al., 1999).

Hovland & Weis (1951) skrev det första empiriska belägget för hur trovärdighet av ett budskap påverkas av dess källa. Den teorin påvisade att såvida ett innehåll presenteras av två olika källor, vilket den ena presenterade tillförlitlig natur och den andra av mer tvivelaktig härkomst, uppfattades de helt olika på trovärdighetsskalan. Människor har en viss tendens att glömma varifrån informationen de tagit emot, ursprungligen kommer ifrån och minns bara dess innehåll (Robins & Holmes, 2007). Många teorier har lagts fram för att ge olika syn på förståelsen av trovärdighetsbedömningar. Forskarna har på senare tid börjat uppmärksamma sig mycket inom trovärdigheten på webben där Prominence Interpretation Theory var ute med att ge ett perspektiv på hur människor bedömer trovärdigheten av webbplatser (Fogg, 2003). Fogg anser att det förekommer två aspekter som grundar sig på en trovärdighetsbedömning; framträdande samt tolkning. Framträdande syftar till sannolikheten av ett webbelement som kan upptäckas eller uppfattas av användarna. Såvida elementet inte upptäcks kommer det inte ha någon inverkan på hur användaren bedömer trovärdigheten av webbplatsen.

Fogg påstår att det finns 5 faktorer som påverkar framträdandet:

1. *Engagemang av användaren som grundar sig i motivation och förmåga att granska webbplatsens innehåll.*
2. *Vilken typ av innehåll som finns på webbplatsen där det exempelvis kan handla om nyheter, idrott eller sjuk- och hälsovård.*
3. *Uppgifter som användaren kan utföra, exempelvis informationssökning.*
4. *Erfarenhet som användaren anses ha, som webbkunskaper eller kunskaper om det aktuella ämnet.*
5. *Individuella skillnader som till exempel behov av kognition, lärostil eller skriveförmåga.*

Tolkning grundar sig i hur användare bedömer ett element under granskning, d.v.s. att det är användarens utvärdering av ett element som är grunden för den slutgiltiga trovärdighetsbedömningen av elementets källa. Även här beskriver Fogg ett antal faktorer som påverkar tolkning;

1. *Antaganden hos användaren som bygger på kulturella eller tidigare erfarenheter.*
2. *Färdigheter eller kunskaper som användaren anses ha gällande kompetensnivå i ämnet.*
3. *Bakgrund som kan innefatta miljö, normer eller förväntningar.*
4. *Användarens mål, som exempelvis grundar sig i att ta reda på information eller att göra en transaktion.*

Framträdande samt tolkning förekommer flera gånger när en användare utvärderar en webbplats eftersom nya aspekter av webbplatsen ständigt uppmärksammas samt tolkas. Detta leder fram till den övergripande trovärdighetsbedömningen (Fogg, 2003). Foggs teori beskriver processen från punkten då användaren upptäcker något på en webbplats till den punkt när denne gör en bedömning. Även Riehs (2002) uppmärksammar trovärdighetsmodellen. Riehs fokuserar sig på ett tidigare stadium då användarna skapade sig en uppfattning gällande vilka webbplatser som kommer att omfatta trovärdig information, samt baserade därigenom trovärdighetsbedömningen på, såvida dessa förväntningar uppnåddes. Det finns en tendens för användarna att förlita sig på tidigare kunskaper i form av system och struktur för att göra detta förutseende bedömning medan deras granskning av analys grundar sig i webbplatsens innehåll, informationsobjekt samt presentation (Rieh, 2002). Wathen och Burkell (2002) nämner i sin artikel som handlar om teorier som fokuserar sig på informationssökning, att användarens första uppgift är att bedöma webbplatsens trovärdighet utifrån utseende, presentation samt struktur. Därefter

bedömer användaren webbplatsen utifrån expertis eller kompetens inom området. Budskapet som förmedlas på webbplatsen utvärderas genom att användaren analyserar innehållets relevans och noggrannhet. Den tredje delen i Wathen et al., (2002) process handlar om definiering av det samspel som finns mellan utformning samt innehåll på webbplatsen med användarens kognitiva tillstånd. Användare som är i stort behov av information kommer att försumma svaga visuella intryck, medan om användaren är lugn och inte i så stort behov av information kommer webbplatsens utformning att få ett större inflytande samt om användare får en positiv känsla av webbplatsen är sannolikheten större att hen kommer att stanna kvar. ifall den inledande bedömningen däremot uppfattas som negativt kommer användaren att sluta söka information från den specifika webbplatsen (Wathen et al., 2002). Wathen et al., (2002) nämner även att om användaren är motiverad och använder webben som hjälpmedel samt anser ha ett personligt ansvar kommer hen att ignorera eventuella brister i webbplatsens utformning och fokusera sig endast på informationen som presenteras. Såvida informationen anses inneha god trovärdighet kommer det få användaren att jämföra den mottagna informationen med egna kunskaper för att sedan komma fram till beslutet att övertygas eller inte (Wathen et al., 2002). Fogg et al., (1999) påpekar i sin artikel att användare kan utföra olika typer av trovärdighetsutvärderingar, där vissa utvärderingar är lämpliga medan andra felaktiga. Fogg och Tseng pekar ut två aspekter som klassas som felaktiga. Godtrogna fel som innebär att såvida en webbplats inte är trovärdigt kan den fortfarande klassas som trovärdig för användaren. Den andra felaktigheten är klenetrogna fel som innebär att om en webbplats är trovärdig är det inte säkert att användaren uppfattar det som trovärdig.

En kvantitativ studie utfördes av Fogg, Soohoo, Danielson, Marable, Stanford & Tauber (2003) i syfte till att förbättra förståelsen om trovärdighet på webbplatser då Fogg et al., (2003) påstod att förståelsen för trovärdighet på webbplatser var långt ifrån fullständig samt att tidigare studier hade fokuserats på hur människor tolkar särskilda element och dess påverkan på webbplatserns trovärdighet. Fogg et al.,(2003) studie fokuserades enbart på vad människor lägger märke till när de blir tillfrågade att utvärdera trovärdigheten på olika webbplatser. Trovärdigheten hos en webbplats kan öka genom kombinationen av att människor lägger märke till vissa element samt att dessa tolkas gynnsamt (Fogg et al., 2003). En grundläggande förståelse behövs för "Prominence Interpretation Theory" för att öka förståelsen för hur tolkning bidrar till trovärdighet. Det finns ting som förekommer när människor bedömer trovärdigheten. Det är att personer lägger märke till något samt att personer gör en bedömning av det. Fogg et al., (2003) förklarar att om det ena förekommer utan det andra, utförs det ingen noggrann tolkning. Det uppkommer även i undersökningen att processen till att märka något för att sedan tolka det förekommer flera gånger när en person granskar en webbplats. Resultatet som Fogg et al., (2003) kom fram till i undersökningen visade att nästan 50 % av synpunkterna som analyserades handlade om webbplatsens visuella utseende i generella samt specifika drag. Synpunkterna angående webbplatsens innehåll, information och hur svårt det var att navigera sig runt på webbplatsen för att hitta något intressant, hamnade på andra plats i uppmärksamhetslistan med 28,5 %. Fogg et al.,(2003) nämnde även att de tre kategorier som var mest uppmärksam var utseende på design, informationsstruktur och innehåll. Sex kriterier som Fogg et al., (2003) kom fram till utifrån denna studie för att skapa en trovärdig webbplats var:

1. *Visuella designen har betydelse*
2. *Aktörer bör påverkas med stöd från tidigare forskning*

3. *Beslut bör tas noggrant om vad som skall vara mest framträdande*
4. *fråga användarna om trovärdighet*
5. *Studier om trovärdighet bör granskas*

3.3 Tillit och trovärdighet inom nyheter på webben

Go et al.,(2016) anser att användarens tillit till nyheter på internet bygger på trovärdighet eftersom uppfattning om trovärdighet i en given artikel kan vara ett resultat i en process av tilldelning och kan ge en nödvändig motivering för att bygga upp förtroendet till webbplatsen. Go et al., (2016) tar upp ett antal fall som inkluderar samband mellan informationens trovärdighet och tillit till nyheter på webben. Ett av fallen som Go et al.,(2016) tar upp för att förstärka sitt argument, var från samma år som artikeln författades. Det handlade om en före detta journalist på The New York Times som skrev dussintals falska nyhetsartiklar genom att redigera andra journalisters rapporter. Dessa etiska brott ledde till att journalisten samt två chefer för tidningen avgick och förtroendet för The New York Times skakades. Detta fall visar att trovärdigheten på enskilda artiklar påverkar tilliten till nyheter på webben. Det måste visas hänsyn till egenskaper som skiljer webbplatser från andra kommunikationsmedel för att förstå webbens innehåll. Webben saknar "gatekeepers" som tidningar och TV har samt att vemsomhelst kan publicera information på webben, vilket blir svårt för användaren att bedöma om webbplatsen är trovärdig eller inte (Rains & Karmikel, 2009). Gatekeeper definieras som den person i en organisation som har inflytandet över in- och utflöde av information, normer och regler. Sedan 1950-talet har begreppet använts inom medie- och kommunikationsforskning och definieras som att en person kontrollerar kommunikationsflödet i en kanal (Petersson, 2009). I jämförelse med den traditionella synen, suddar webben ut gränserna mellan källan, budskapet och medier. I den traditionella synen läggs källan fram av en person som i samband meddelar en konkret idé med ett budskap via tidning eller TV. På internet framgår det inte alltid någon angiven källa, vilket lämnar användarna till att själv bedöma budskapet som meddelas genom exempelvis sidans utformning (Robins & Holmes, 2010).

4. Gränssnitt och Grafisk Design

Detta kapitel innehåller definitioner samt teorier om webbplatsers gränssnitt och grafiska design.

4.1 Gränssnitt

Gränssnitt är ett väldigt brett begrepp och definieras som designen av ett samband mellan olika objekt. Inom informationsteknologi innebär det samspel mellan t.ex. 2 system eller en människa och en dator (Roger, Sharp & Preece, 2011). Det är väldigt viktigt att samspelet mellan en användare och webbplats fungerar. För att samspelet mellan en användare och webbplats skall fungera måste gränssnittsdesignen vara välfungerade, då det är en viktig faktor vad gäller användarens benägenhet att navigera sig runt på webbplatsen (Fernandez, insfran & Abrahao 2011; Nazrul & Tetard 2014). Igenom en ofullständig gränssnittsdesign kan användaren uppleva besvikelse och ilska. Detta är något som kan leda till att användaren överger webbplatsen eller systemet (Rogers et al, 2011). Detta ställer krav på utvecklarna, för att kunna skapa en användbar webbplats med en bra design (Delice & Gungör, 2009).

Det finns olika metoder för att utvärdera om ett gränssnitt är väl designat samt användbart. De två vanligaste metoderna är Heuristisk utvärdering och användarinvolverad utvärdering (Batra & Bishu, 2007; Tan, Liu & Bishu, 2009). Fernandez et al (2011) uppger om att metoderna kan användas beroende på faktorer som t.ex. tidsram för projekt, budget samt möjligheten att komma i kontakt med användaren. Skillnaderna mellan Heuristiska utvärderingar och användarinvolverad utvärdering är faktorerna med syftet med båda utvecklingsmetoderna är att upptäcka brister i ett gränssnitt för att sedan åtgärda dem (Doubleday, Ryan, Springett & Sutcliffe 1997; Hertzum & Jacobsen 2003). En del av faktorer som skiljer dessa två är att Heuristiska utvärderingar är billigare samt mer tidseffektiva medan användarinvolverad utvärdering hjälper till med att överlämna värdefull feedback från användarna (Nielsen 1990; Fernandez et al 2011). Lärdom om utvärderingsmetoderna kan hjälpa gränssnittsdesigners att anpassa sitt arbete beroende på vilken utvärderingsmetod som används (Doubleday et al 1997; Kurečić 2005; Delice & Gungör 2009; Tan, Liu & Bishu 2009).

4.2 Grafisk design

Grafisk design definieras som ett kreativt samt estetiskt språk som används för att tydliggöra ett budskap (Koblanck, 1997). Grafiska designens uppgift är att fånga uppmärksamheten genom att dra konsumentens öga till en informationsbärare (Sundström, 2005). Detta fungerar inte när det gäller webben, därför att på webben har webbplatsen redan fångat användarens uppmärksamhet eftersom personen i fråga redan valt att besöka webbplatsen (Sundström, 2005). Sundström (2005) framför även att grafiska designens roll i webben är att ta hand om användarna istället för att fånga uppmärksamheten. Liu & Arnett (2000) nämner att trovärdighet, tillit och tillförlitlighet är viktiga egenskaper för att utlösa en verksamhets transaktioner. Li et al (2000) nämner även att användarna motiveras till att besöka webbplatser dem tidigare varit på, genom charmiga funktioner som får användarna att njuta av besöket. Detta kan vara en faktor som kan öka trovärdigheten på en webbplats. Enligt en studie som refererades av Liu et al (2000) sade mer än 79 % av respondenter att designkvalité var den högst betydande komponenten för en webbplats trovärdighet.

Användarens upplevelse på hemsidan påverkas väldigt mycket av designelementen färg samt form (Cai & Xu, 2011). Cebi (2013) upplyser att det finns olika konstruktionsparametrar som bör beaktas samtidigt, men att det är svårt att avgöra dessa på en webbplats med bra grafisk design, pga. dess komplexa karaktär beroende på förväntningar av människor. Cebi (2013) påstår även att webbdesigners måste visa hänsyn till ett större antal konstruktionsparametrar såsom användbarhet, tillgänglighet, kostnad, förseningar, kvalitet, säkerhet, underhåll etc. för att tillgodose användarnas behov.

Webbplatsens design har visat sig vara en nyckel faktor när det handlar om att påverka användarnas tillit (Pengate & Sarathy, 2017). Pengate et al., (2017) har refererat till flera forskare som tagit fram flera metoder. Vissa av metoderna som tagits fram har fokuserat sig på specifika aspekter såsom färg, kontrast, typografi och layout. Dessa aspekter definieras längre ner i texten. Chapman & Chapman (2009) framhäver att stabiliteten inom grafisk design som inkluderar aspekter som layout, kontrast, färg, och typografi bör balanseras för att samtliga delar skall kunna kooperera på ett enkelt och behagligt sätt. Det Chapman et al., (2003) anser är att grundläggande normer inom traditionell media har utvecklats under generationerna i kontrast till digitala multimedier. Detta har inte enbart fört med sig möjligheter men även problem. Ett exempel är att en svag utformad webbplats betraktas vara en av faktorerna som leder till svår navigering och användning. Detta leder till att användaren lämnar webbplatsen, då användaren upplever webbplatsens grafiska design som oförståelig, stel och opersonlig (Chapman et al., 2003.)

4.2.1 Färg

Färg används för att förstärka budskapet som skall förmedlas genom webbplatsen. Färg uttrycker känslor samt fysiska egenskaper men är en individuell upplevelse och kan avgöras genom personliga erfarenheter eller kulturen användaren på webbplatsen har (Pettersson, 2004). Färg har potential till att påverka människors uppfattningar, känslomässiga reaktioner samt beteende avsikter (Bonnardel, Piolat & Bigot, 2011). Färg får människor att associera till känslor eller saker. Caivano (1998, s.391) förklarar är att färgerna liknar det människor associerar med. T.ex. att färger som rött och gult associeras med eld, sol och värme vilket leder till att dessa färger anses vara varma eller kalla. Det är en psykologisk effekt skapad av olika associationer. Bonnardel et al., (2011) nämner även att färg är en attraktionskraft som avgör mycket när det gäller användarens tillit till en webbplats. Användarens initiala känslor är avgörande, eftersom det är under första sekunderna av interaktionen som användaren beslutar om den vill fortsätta navigera sig runt, på webbplatsen. Färg är en av flera faktorer som identifierar webbplatsen samt framhäver innehåll och kan ses som en kommunikativ signal. Färg kan påverka användarens känslor i förhållande till webbplatsen och bör användas för att förstärka webbplatsens budskap (Lundhem, 2002). Webbdesigners skall inte göra det svårt för användarna att urskilja texten från bakgrunden. Ett exempel kan vara att formgivaren måste ha i åtanke att inte använda den röda färgen i kombination med den gröna då färgblinda har svårt att urskilja denna kombination (Lynch & Horton, 2008).

4.2.2 Kontrast

De vanligaste typerna av kontrast är storlek, styrka samt färgkontrast. Kontrast attraherar det mänskliga ögat samt skapar energi. Detta leder till att ögat dras till det ljusaste partiet i en mörk bild, det ger liv och skapar spänning för något som anses

vara enformigt (Bergström, 2007).

Vid användningen av kontrast skall det vara så hög kontrast som möjligt eftersom besökarna med säkerhet lägger märke till det. Begripligheten hos en bild ökar vid användning av kontrast, detta gör bilden mer intressant att titta på (Molich, 2002).

4.2.3 Typografi

Typografi innebär användandet av typsnitt, alfabetet samt dess hjälptecken för att utforma bilder av ord som underlättar för besökarna. Stilar som utformas används när brödtexten skrivs för att inte störa läsningen av löpande text (Hansson, Kristiansson & Palmquist, 2004).

4.2.4 Layout

Det är viktigt för designern att tänka på layouten för att samtliga delar av designen skall vara i ordning samt strukturerade. Designern samlar all text samt bild för att granska hur det förhåller sig till budskapet som skall förmedlas (Koblanck, 1997). De grundläggande delarna i layouten varierar beroende på såvida det skall användas till tryck eller webbplatsen, dock finns en gemensam grund vilket ingår i en lyckad layout. Designern står inför olika val i layouten, t.ex. om layouten skall vara symmetrisk, asymmetrisk, statisk eller dynamisk (Koblanck, 2003).

4.3 Estetisk hantering av webbplatser

Angående intuitiv trovärdighetsbedömning påpekar Robins & Holmens (2008) ett sammanhang som användarna uppfattar trovärdighet på olika sätt mellan två typer av estetisk hantering som förhåller sig till samma innehåll i ett givet scenario. Det första som presenteras, definieras som låg estetisk hantering. På denna plats kan det finnas grafiska element eller sidlayouter som är avsedda för att hjälpa användarna att begripa innehållet, men det är ingen professionell grafisk utformning (Robins & Holmens, 2008). Låg estetisk hantering av webbplatser uttrycker en känsla av lågbudgetintryck hos användarna samt att det ger en känsla av att innehållet på webbplatsen inte är trovärdigt (Robins & Holmens, 2008). En professionell samt grafisk utformad webbplats visar hög estetisk hantering som förmedlar ett korrekt samt lyckat budskap i förhållande till företaget den representerar. Användarna får positiva känslor av webbplatsen vilket gör att de vill stanna kvar för att se syftet med webbplatsen. Detta ökar trovärdigheten på webbplatsen (Robins & Holmes, 2008). Jennifer Tidwell (2010) som skrivit boken *Designing interfaces* nämner i sin bok att professionellt designade webbplatser lockar fler användare och ger större trovärdighet än webbplatser med mindre utvecklad design. Webbplatser med svag design tappar förtroende hos användarna. Tidwell (2010) säger även att detta är väldigt viktigt att tänka på hos företag i konkurrenskraftiga branscher.

Egger (2003) skriver att en webbplatsens startsida fungerar som en säljare som representerar sitt företag, därför måste en startsida kunna fånga användarens intresse och uppvisa positiva känslor, precis som en försäljare skulle göra i en fysisk butik. Utseendet hos en webbplats fungerar likadant som utseendet hos t.ex. en butik. Butikens utseende i kombination med kontakt med försäljaren påverkar kundernas tillit till företaget. En webbplats fungerar på samma sätt, d.v.s. att användarna tillit påverkas av webbplatsens utseende samt design. Det är viktigt att använda sig av element samt funktioner i sitt gränssnitt för att användarna skall få en positiv samt trygg känsla av webbplatsen (Yang & Chen 2005).

Nielsen (1999) upplyser att problemet med många webbsidor är att användaren inte förstår vad de gör på sidan, utan måste själva leta för att finna det dem skall utföra. En studie utfördes av Nielsen och hans kollega. Studien tenderade på att försökspersoner skulle hitta jobbsökningar på utvalda hemsidor. 26 % av försökspersonerna klarade av det samt att hemsidorna som valdes ut tillhörde välkända företag. Nielsen upplyste även att användarvänligheten drabbas omätligt när användarna måste lämna startsidan och för att söka efter informationen hen är ute efter, när allt inte finns framför ögonen.

5 Problemområde & syfte

Detta kapitel innehåller problemdiskussion, frågeställning, målgrupp, avgränsning samt förväntad resultat.

5.1 Problemdiskussion & frågeställning

Problemet i dagens teknologiska värld är inte att hitta information, men att hitta information som är tillförlitlig och korrekt. Källkritik är viktigt. Källkritik handlar om att förstå att artikeln som skrivs kommer från en avsändare och har ett syfte, även om det inte redogörs öppet. Innan sociala medier samt den stora verkan från internet, förmedlades den mesta informationen av massmedier där det fanns en ansvarig utgivare och avsändarens information uppvisades tydligt. I modern tid kan vem som helst offentliggöra artiklar utan att inneha mediehus bakom sig. Det finns många nyhets webbplatser som cirkulerar i sociala medier och uppfattas som seriösa och trovärdiga, medan dessa webbplatser förmedlar falsk samt hårt vinklad information. Människorna som står bakom den falska informationen är ofta politiska partier, myndigheter, företag samt intresseorganisationer (Statensmedierad, 2016). De försöker skapa egna nyheter genom att författa artiklar i egna forum. Därför måste man kontrollera om informationen är korrekt genom att använda sig av flera källor. Detta är ett dilemma eftersom en del människor inte har tiden eller orken för att kontrollera om nyheten stämmer, utan väljer att läsa och dela med sig av nyheten på sociala medier. Genom att dela den falska nyheten på sociala medier, kommer andra människor att påverkas och i sin tur dela vidare nyheten.

Detta leder till att sanningslösa nyheter cirkulerar på sociala medier och påverkar samhället och människorna i det.

Syftet med denna undersökning är att uppfatta vilka faktorer som påverkar tilliten till webbplatser samt vilka faktorer som kopplar tillit till grafisk design för att veta om den grafiska designen har något påverkan på högskolestudenters tillit när det gäller trovärdigheten på artiklar som återfinns på en webbplats. Det finns en primär frågeställning som följs upp av 2 sekundära frågeställningar i rapporten.

Den primära frågeställningen blir:

Hur påverkar den grafiska designen högskolestudenters tillit när det gäller trovärdigheten för nyheter samt artiklar som återfinns på en webbplats?

Frågeställningen kan delas upp i 2 sekundära frågeställningar:

- *Vilka faktorer påverkar tillit till webbplatser*
- *Vilka faktorer kopplar tillit till grafisk design*

För att kunna besvara frågeställningen, delades frågeställningen upp i 2 sekundära frågeställningar. När de sekundära frågeställningarna besvaras, kommer den primära frågeställningen att besvaras.

5.2 Målgrupp

Målgruppen för denna undersökning är högskolestudenter. Högskolestudenter har valts som målgrupp eftersom allt verkar vara självklart när det gäller högskolestudenter, d.v.s. att de vet hur man skall vara källkritisk, att de vet vilka metoder som skall användas för att vara källkritisk och ta emot rätt information. Målet med denna målgrupp är att betrakta om detta verkligen stämmer samt om högskolestudenter är medvetna och noggranna när det gäller källkritik eller påverkas

av grafiska designen och gränssnittet på webbplatser.

5.3 Avgränsning & Förväntat resultat

Undersökningen har avgränsats till att inneha frågor om endast svenska nyhets webbplatser. Undersökningen har även avgränsats till grafiska designen på webbplatser och för att bedöma om det påverkar artiklarnas trovärdighet. Målgruppen har avgränsats till högskolestudenter på Högskolan i Skövde. Undersökningen kommer att grunda sig i trovärdigheten på webbplatser och inriktas mot den grafiska designen av webbplatserna som erbjuder nyheter.

Förväntade resultatet med undersökningen är att upptäcka om den grafiska designen på webbsidor påverkar högskolestudenter tillit när det gäller trovärdigheten på artiklar som återfinns på en webbplats, vilka faktorer som påverkar högskolestudenter tillit till webbplatser och vilka faktorer som kopplar tillit till webbplatser. Den förväntade resultatet utifrån litteraturerna från tidigare kapitel är att en del av högskolestudenter påverkas av den grafiska designen som återfinns på webbplatserna på någorlunda sätt och att det är en av orsakerna till varför det sprids artiklar från felaktiga nyhets webbplatser på sociala medier. Om resultatet inte blir som förväntad, förekommer det även frågor i enkäten som kan visa vilka andra faktorer som ökar artiklarnas trovärdighet på webbplatser för högskolestudenter. Det kan vara pga. flera faktorer som t.ex. informationskällans popularitet, användarnas politiska intressen etc.

6. Metod

Detta kapitel innehåller forskningsmetoder som skall utföras för att samla in data till undersökningen. Metoderna som skall utföras i undersökningen är kvalitativa samt kvantitativa metoder i form av enkätundersökning samt intervjuer. Detta kapitel innehåller även analysmetoden som skall utföras i undersökningen, urval av respondenter och etniska aspekter.

En triangulär forskningsmetod skall användas i denna undersökning, där kvalitativ samt kvantitativ metod kommer att utföras för att få fram ett sanningsenligt resultat. Stukát (2011) definierar triangulär forsknings metod som flera metoder kombineras i syfte till att det sammantagna resultatet skall ge större tillförlitlighet samt en mångdimensionell bild. Det är vanligt att tillämpa en blandad metod (mixed methodology) i vetenskapliga miljöer (Creswell, 2003). Creswell (2003) upplyste ett antal välgrundade argument för när en blandad metod skall användas. Ett av argumenten passade in på denna undersökning. Argumenten är följande:

- ***När den studerade problemställningen kräver tillämpningen av både kvalitativa och kvantitativa metoder för att kunna besvaras.***

Detta argument passar in i denna undersökning eftersom undersökningen kräver en kvantitativ samt kvalitativ metod för att tillkomma ett relevant och logiskt resultat. Den kvantitativa metoden skall användas för att uppfatta vad högskolestudenterna tycker utan att fördjupa sig i det, men för att få en helhetsbild, där resultatet presenteras genom statistiska diagram. Den kvalitativa metoden skall användas för att få en djupare bild och motiveringar till varför dem tycker, tänker och känner som de gör, för att få motiveringar till enkätundersökningen.

6.1 Kvantitativ metod

Frageställningen i rapporten har valts att undersökas genom den kvantitativa samt den kvalitativa metoden. Kvantitativa metoden utgår ifrån ett deduktivt synsätt. Frågorna i en kvantitativ undersökning är utformade på ett matematiskt sätt, d.v.s. ett mätbart sätt för att det skall fungera att mäta resultatet i siffror. En del nackdelar med kvantitativ undersökning är att den kvantitativa metoden inte ger lika mycket information om verkligheten och visar inte lika mycket hänsyn till sociala förhållanden i motsats till den kvalitativa metoden (Bryman & Bell, 2013).

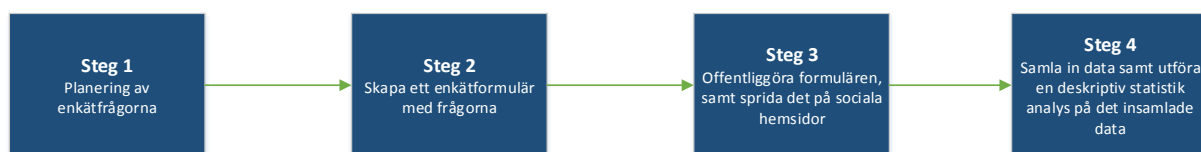
Den första insamlingsmetoden är ett enkätformulär som kommer att innehålla kvantitativa frågor och en del kvalitativa för att deltagarna skall kunna uttrycka sig med egna ord för att få ut mer motiverande svar. Kvantitativa frågor ger representativ och lättolkad data, vilket leder till enkelt jämförelse över tiden (Kvale, 1997).

Andersson (1994) berättade att frågor i en enkät kan vara av två slag, d.v.s. frågor med mer eller mindre färdiga svar, som respondenterna kan välja mellan, och frågor med öppna svar. Frågor med öppna svar innebär att respondenterna formulerar sina svar själva skriftligt med ett par meningar (Andersson, 1994). En del frågor kommer att vara kvalitativa för att deltagarna skall få en chans att uttrycka sig med egna ord. Lindhagen (1996) framställer att denna typ av frågor kräver mer av den som sammanställer insamlad data då vissa mönster kan vara svårare att transkribera. Fördelarna med enkätstudie med öppna frågor är att öppna frågor lämnar plats för deltagarna att formulera svaren med egna ord samt att deltagarna kan svara på frågorna när dem har tid (Bryman & Nilsson, 2002). Bryman et al (2002) påpekade att nackdelarna som finns är att det inte finns någon som närvarar för att hjälpa

deltagarna om något är otydligt. En del enkätfrågor i undersökningen kommer att bestå av stängda frågor. Varje stängd fråga kommer att ställas som ett påstående som besvaras i en femgradig skala, från "aldrig" till "alltid". Fördelarna med slutna enkäter är att de är lätta att bearbeta, det är billigt, intervju-effekten elimineras och respondenterna behöver inte känna sig stressade över tiden de skall svara på frågorna (Trost & Hultåker, 2016). Intervjuerna som skall utföras i denna undersökning utförs för att komplettera och ge motivering till dem stängda frågorna. Anledningen till varför enkätformulär används i denna undersökning är eftersom det gav möjligheten att få ett större omfång av deltagare för att undersökningen skall komma fram till relevanta resultat. Enkätstudie med öppna frågor samt intervjuer kommer att utföras i denna undersökning. De sju olika insatser kommer att vara till hjälp för denna undersökning, då den kvalitativa metoden kommer att användas vid undersökningen och intervjuer kommer att utföras och enkätformulär med kvantitativa frågor samt att en del av frågorna kommer att vara kvalitativa för att deltagarna skall kunna en chans att uttrycka sig med egna ord. Dessa 7 insatser hjälper till genom att dem upplyser vad man skall tänka på, vilka frågor man skall ställa till deltagarna för att få ut rätt svar till denna undersökning. Enkätundersökningen skall även vara webbaserat. Fördelarna med webbaserade enkäter är att det kan göras billigt i jämförelse med pappersbaserade enkäter samt att inget porto behöver betalas för att enkätmaterial skall nå målgruppen. Svar kan erhållas mycket snabbare, påminnelser kan enkelt skickas ut, datamängden kan enkelt processas, fel vid ifyllnad kan kontrolleras innan svaren skickas iväg och stora mängder svarsalternativ kan enkelt döljas i listrutor etc. (Zanutto, 2001).

Andersson (1994) upplyser sex typer av information som intervjuer samt enkätstudier kan bidra till denna undersökning, och dem följande typer är:

- *Faktiska förhållanden*
- *Enklare åsikter*
- *Attityder*
- *Mera djupliggande värderingar*
- *Upplevelser*
- *Tolkningar*



Figur 1. Enkätstegen (Författarens egen).

Enkätundersökningen i denna undersökning skall utföras genom samtliga steg som finns i figur 3.

Steg 1 är att enkätfrågorna som skall finnas med i enkätformulären planeras samt skrivs ner.

Steg 2 är att leta efter en webbplats där man kan göra sitt enkätformulär gratis och där svaren på enkätformulären visas enskilt samt sammanfattat.

Steg 3 är att offentliggöra formuläret genom att skapa en delad webbplatslänk för att sedan sprida det vidare till målgruppen.

Steg 4 är att samla in data från svaren till enkätformuläret för att utföra en deskriptiv statistiskt analys på det för att kunna redovisa resultatet på ett lämpligt sätt.

Ruane & Nilsson (2006) definierar deskriptiv statistik analys som en samling av

tekniker som samlar, sammanfattar och ger en överskådlig bild utav data som erhållits. Dahmström (2000) upplyser att deskriptiv statistisk analys granskas och analyseras genom manuell bearbetning för att sedan presenteras i form av diagram, tabeller och citat under studiens resultatdel. Den deskriptiva statistiska analysen kommer att användas i denna undersökning. Deskriptiva analysen kommer att delas in i två variabler: kategorisk och kontinuerlig. Genom den kategoriska variabeln mottar vi information om hur många respondenter som finns, hur åldern samt könsfördelningen ser ut hos respondenterna. Kontinuerliga variabeln i den deskriptiva statistikanalysen ger summan av statistiken, som t.ex. genomsnittsvärde, standardavvikelse samt medianvärde (Pallant, 2013)

6.2 Kvalitativ metoder

Den kvalitativa metoden tar fram känslor samt funderingar kring ett ämne medan kvantitativa metoden handlar om beräkningar som görs med den insamlade informationen (Patton, 2015). Kvalitativ forskning undersöker handlingar samt tolkar innebörden av beslutsprocessen (Patton, 2015). Patton (2015) nämner även att den kvalitativa metoden studerar hur människor och grupper konstruerar meningar, d.v.s. att den kvalitativa metoden lägger stor uppmärksamhet åt hur kvalitativ analys involverar tolkning av intervjuer, observationer samt snabb kartläggning av data för att hitta meningsfulla mönster och teman i materialet. Patton (2015) beskriver den kvalitativa undersökningen som personligt. Han säger att undersökaren är ett instrument för utredningen som ställer förfrågande frågor, som t.ex. deltagarnas bakgrund, erfarenheter, utbildning, kompetens, inter kompetens, förmåga till empati etc. Reflektion över hur datainsamling samt tolkning influerar beror på vem undersökaren är, vad som händer i undersökarens liv, vad hen bryr sig om, hur hen ser på världen och hur hen har valt att studera undersökningen. Det intressanta är en del av kvalitativ metod (Patton, 2015).

Patton (2015) nämner sju olika kunskapsgenererande insatser som kan följas från kvalitativ undersökningen:

1. *Upplysande mening*

Undersökningens fokus här ligger på studier, dokument, analyser och tolkar hur människor utformar samt lägger till betydelser till deras erfarenheter. Betydelser och deras konsekvenser upptäcks under intervjuer.

2. *Studera hur ting fungerar*

Undersökningens fokus här, ligger på programutvärderingar, undersökaren studerar deltagarnas program erfarenheter, resultatet av dessa erfarenheter, samt hur program erfarenheter leder till program resultat. Detta kan upplysa hur någon mänsklig händelse utvecklas som den gör. T.ex. hur sociala grupper, politiska kampanjer samt sociala medier fungerar.

3. *Fånga historier för att förstå människors perspektiv och erfarenheter*

Undersökningens fokus här, ligger på en fördjupad historia. Studien berättar historien om en person, grupp eller en organisation. Det finns en startpunkt, Händelseutveckling och ett avslut som nås någon gång. Berättelsen skall även vara väl berättad.

4. *Klarlägg hur systemen fungerar och deras konsekvenser för människors liv.*

System innebär komplexa beroende dimensioner som integrerar på ett sätt som påverkar människorna i dessa system. Familjssystem, kulturella system,

organisatoriska system, politiska system etc. Den kvalitativa undersökningen samlar systematiska perspektiv på vad som händer inom systemen och vilka konsekvenser det finns för dem inom systemen. Resultatet här är systemberättelser och insikter.

5. Förståelse av kontext: Hur och varför det är viktigt

Kontext refereras till vad som händer runt människor, grupper, organisationer, eller system av intresse. Detta är viktigt för kvalitativ undersökning.

6. Identifiera oförutsedda konsekvenser

Undersökningens fokus här, ligger på att människor strävar efter att uppnå sina planerade mål. Moderna världen är väldigt målinriktad, men det är inte alltid planeringarna går in och ting som aldrig planeras förekommer.

7. Upptäcka viktiga mönster och teman över ärenden i ett fall

Jämförelser innebär att man analyserar både likheter samt skillnader. Man lär sig att fördjupa sin förståelse av fenomen, genom att rita kontraster och jämföra dem. Fallstudier ger stora upplysningar som man sedan jämför och kollar vilka fall som har likheter samt skillnader.

Pattons 7 insatser är relevanta för denna undersökning eftersom kvalitativa metoden kommer att användas i denna undersökning i syfte till att få en djupare bild till varför dem svarar som dem gör och om det har med bl.a. erfarenheter att göra och för att göra det, skall dessa 7 steg genomföras för att uppnå ett relevant och logisk resultat.

Den andra insamlingsmetoden som valts att användas under undersökningen är intervjuer. Enligt Patton (2015) fungerar det att samla in mycket information om respondenterna och deras åsikter genom intervjuer. Fördelen med intervjuer är att mycket information samlas in på kort tid. Detta kan även leda till en nackdel såvida information som samlats in är felaktig (Patton, 2015). Patton (2015, s.54) nämner i sin bok att en bra intervjuare ställer bra frågor samt formulerar dem på ett sätt som gör respondenten villig att svara på frågorna. Frågorna kommer att vara fokuserade samt tydliga för att respondenten skall förstå vad undersökarna är ute efter (Patton, 2015, s.427). Patton (2015) upplyser även att det är viktigt för undersökaren att vara öppen under intervjun, d.v.s. fokuserad samt tydlig i sina frågor för att respondenten skall förstå vad undersökaren är ute efter. Den lämpligaste intervju metoden för att besvara undersökningens syfte är semi-strukturerade intervjuer. Semi-strukturerade intervjuer innebär att frågorna skrivs i förväg och är planerade, frågorna skrivs på en lista som även innehåller följdfrågor. Undersökaren är den som bestämmer i vilken ordning frågorna ska ställas samt takten på intervjun (Bell, 2008). Syftet med intervjuerna är att få en uppfattning om respondenternas erfarenheter när det gäller källkritik, surfing på webben, vilka informationskällor dem använder samt varför dem just väljer dessa informationskällor. Syftet är även att motta motiverade svar till varför resultatet av enkätstudie blir som den gör och hur den grafiska designen på webbplatsen påverkar dem.

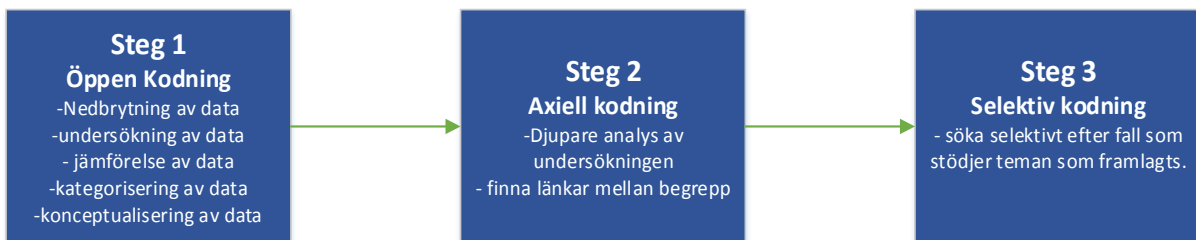
Det finns 3 steg som skall utföras med intervjuer. Det första är intervjuplanering. Eftersom intervjun förekommer semi-strukturerad så skall frågorna skrivas i förväg och utgå ifrån undersökningens frågeställning samt resultatet av enkätundersökningen, samt att syftet med intervjuerna är att det skall komplettera enkätundersökningen med motiverade svar för att veta anledningen till resultatet av enkätundersökningen. Det andra steget är intervjun. Intervjuerna skall spelas in om respondenterna tillåter det, sedan skall de inspelade intervjuerna transkriberas.

Det tredje steget handlar om analys av intervjuerna. Här kommer öppen kodning, axiell kodning samt selektiv kodning att användas för att hitta olika mönster och resultat.



Figur 2. Intervjusteg (Författarens egen).

Analysen av intervjuer i undersökningen skall utföras med hjälp av Neumans kodningsbegrepp. Begreppen innehåller tre steg: öppen kodning, axiell kodning och selektiv kodning. Bryman & Bell (2013) definierar *öppen kodning* som den analytiska processen med nedbrytning, undersökning, jämförelse, kategorisering och konceptualisering av data. Öppen kodning innebär de första genomläsningarna av materialet och att man försöker finna mönster. Svenning (2000) definierar *axiell kodning* som andra steget i Neumans kodningsbegrepp och innebär att undersökaren går in djupare i sitt material och försöker finna länkar mellan begreppen som hittas i mönstren från den öppna kodningen. Det tredje och sista steget är *selektiv kodning*. I detta steg söker undersökaren selektivt efter fall som stödjer teman som tidigare framlagts.



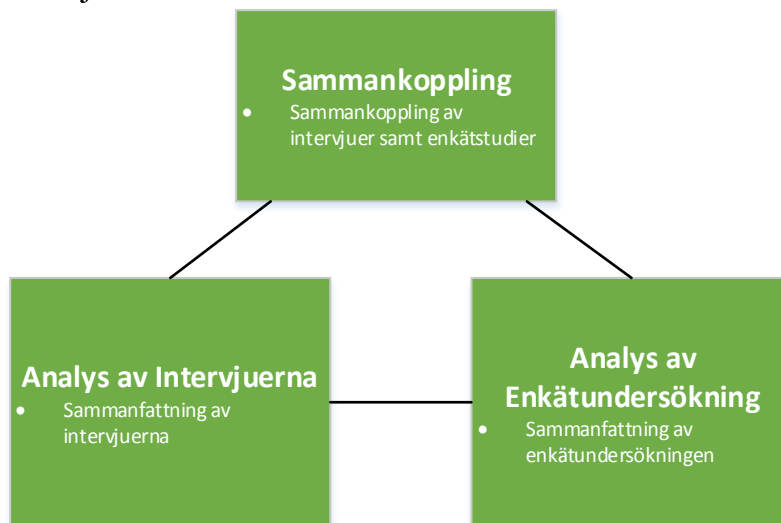
Figur 3. Analysstegen (Författarens egen).

Intervjuerna för denna undersökning kommer att analyseras utifrån figuren ovan samt genom samtliga steg, där första steget är öppen kodning, andra steget axiell kodning och tredje steget selektiv kodning.

6.3 Sammankoppling av enkätundersökning & intervjuer

Kvalitativ och kvantitativ metod kommer att utföras för besvara frågeställningen i denna undersökning. För den kvantitativa metoden i denna undersökning, kommer en enkätundersökning att utföras i Google Docs och spridas via olika "Högskolan i Skövde" grupper på sociala medier, som t.ex. "Studenter på Högskolan i Skövde" som finns på Facebook och består av ca 2500 medlemmar. Man skapar dokument online genom Google Docs och det är ett smidigt sätt för enkätundersökningar, eftersom Google Docs presenterar resultaten som enskilda svar och en sammanfattning av samtliga svar genom olika diagram samt att det fungerar att överföra data till en Windows Excel fil. För den kvalitativa metoden för denna undersökning, kommer intervjuer att utföras. Frågorna kommer vara baserade på frågeställningen och enkätundersökningen. Intervjuerna kommer att vara semi-strukturerade.

Intervjufrågorna och intervjun kommer att vara planerad i förväg för att sedan utföras. När enkätundersökningen och genomförande av intervjuer är avklarade, kommer analyser av resultaten från enkätundersökningen samt intervjuerna, att utföras enskilt och med varandra, för att finna olika mönster i enkätsvaren och intervju svaren.



Figur 4. Sammankoppling (Författarens egen).

6.4 Urval av respondenter

Respondenter valdes utifrån den utvalda målgruppen. Målgruppen för undersökningen var högskolestudenter från Högskolan i Skövde. Det har ingen större påverkan gällande respondenternas kön, bakgrund, etnicitet etc. Det finns endast ett krav och det är att respondenterna skall vara studenter på Högskolan i Skövde. För att kunna dra slutsatsen gällande en mängd högskolestudenter krävs att urvalet är representativt samt att urvalet är en miniatyr av studenterna (Trost, 2007, s28), därför har urvalet fokuserats på endast studenter på Högskolan i Skövde. Den webbaserade enkäten skall delas ut på olika Facebook grupper för studenter på Högskolan i Skövde, för att enkäten skall kunna spridas till många studenter.

6.5 Etiska aspekter

Deltagarna skall informeras om deras uppgift i undersökningen samt vilka villkor som gäller för deras deltagande, det skall upplysas för dem om att deras deltagande är frivilligt och att de har rätt att avbryta sin medverkan utan att det medför negativa följder för dem. Deltagarnas samtycke skall inhämtas och eftersom målgruppen för denna undersökning är högskolestudenter, behövs inte föräldrarnas samtycke då högskolestudenter är över 18 år. Deltagarna skall ha rätt att självständigt bestämma om hur länge samt på vilka villkor de skall delta i undersökningen. Uppgifter om personer skall avrapporteras på ett sådant sätt att människor inte kan identifieras av utomstående. Uppgifterna om enskilda samt insamlade för forskningsmålet kommer inte att användas eller utlånas för andra icke-vetenskapliga syften (Vetenskapsrådet, 2002). Det skall visas hänsyn till samtliga aspekter för att utföra en rent etiskt undersökning.

7. Genomförande

Detta kapitel innehåller genomförandet av undersökningen, d.v.s. hur genomförandet av enkätundersökningen samt intervjuer utfördes.

7.1 Genomförande av enkätundersökningen

Undersökningsfrågorna i enkätundersökningen formulerades utifrån undersökningens syfte och frågeställningar d.v.s. att uppfatta vilka faktorer som påverkar tilliten till webbplatser samt vilka faktorer som kopplar tillit till grafisk design för att veta om den grafiska designen har något påverkan på högskolestudenters tillit när det gäller trovärdigheten *på artiklar som återfinns på en webbplats*. Enkätundersökningen utfördes på webben. Fördelarna med webbaserade enkätundersökningar är att det går snabbare och är smidigare att göra analyser på, eftersom allt sparas sammanfattad och enskilt, medan analyser samt sammanfattning av pappersbaserade enkätundersökningar förekommer manuellt vilket hade varit tidskrävande. Samtliga frågor i enkätformulären var slutna frågor, förutom den sista frågan, då respondenterna fick motivera sina svar. Anledningen till varför enkätundersökningen inte innehöll fler öppna frågor var för att det inte behövdes, eftersom en kvalitativ intervju undersökning utfördes och de öppna frågorna används under intervjuerna. Slutna frågor användes i enkätundersökningen för att tydligt betrakta skillnaderna hos respondenterna. För genomförandet av enkätundersökningen, följdes samtliga steg i figur 3. Frågorna planerades och skrevs i ett Microsoft Word dokument. Frågorna utgicks ifrån frågeställningen och syftet med undersökningen. Frågorna innehöll svarsalternativ formade på olika sätt, t.ex. den första formningen innehöll slutna frågor och med en linjär skala 1-5. 1 var aldrig och 5 var alltid.

Exempelvis:

"Jag läser nyheter på Internet dagligen"

1 2 3 4 5
Aldrig Alltid

De andra formningen innehöll frågor med alternativ om flervals t.ex.

"Kön?"

Man

Kvinna

De öppna frågorna bestod av text svar där respondenterna kunde motivera till varför dem svarade som dem gjorde.

Exempelvis:

"Vilka Svenska nyhetssidor besöker du? Och varför just dessa"

 Svara här

När frågorna för enkätundersökningen var framställda i Microsoft Word dokumentet, skapades ett Google formulär på Google Drive. Google Drive är en säker molnlagring för att skapa och dela filer (Pichai, 2012). Google formulär är ett program i Google Drive där man kan skapa en online enkätundersökning och resultaten från undersökningen samlas in i ett online kalkylblad (Wolber, 2012). Anledningen till varför Google formulär användes var för att Google formulär är väldigt lätt och smidigt att använda. Fördelarna med Google formulär är att man kan skapa sin undersökning och bjuda in respondenter genom E-post eller offentliggöra formulären, samt skapa en delbar länk som sedan kan delas på bl.a. sociala medier

för att komma åt urvalet, som utfördes i denna undersökning. Andra fördelar är att Google formulär fungerar på majoriteten av webbläsare, smartphones och surfplattor. När Google formulär filen var skapad, överfördes frågorna från Microsoft Word dokumentet in till Google formuläret. När Google formuläret var skapat och frågorna var inskrivna i det, offentliggjordes formuläret genom en delbar länk som skapades och delades genom olika Facebook grupper för studenter på Högskolan i Skövde. Ett E-mail med den delbara länken och förklaringen till undersökningen skickades till ett antal studenter som slumpades fram. Syftet var att kunna komma åt många studenter på Högskolan i Skövde för att uppnå ett relevant resultat. Efter att formuläret var skapat och var besvarade av respondenterna, registrerades det direkt på Google Drive och svaren kunde ses översiktligt samt individuellt. Det var viktigt att man kunde betrakta resultaten individuellt för att inneha möjligheten till att upplysa likheter samt skillnaderna mellan respondenternas svarsalternativ, för att kunna betrakta samband mellan respondenternas svar och betrakta eventuella kopplingar till att finna ett utvecklat resultat.

7.2 Genomförande av intervjuer

Första kontakten med respondenterna gjordes i form av E-mail. Mejlet innehöll syftet med undersökningen samt deltagarnas rättigheter. Informationsbrevet skickades slumpmässigt till studenter på Högskolan i Skövde för att kunna komma åt målgruppen. Intervjuerna genomfördes på valfria platser som respondenterna fick välja och var bokade på tider som passade bägge parterna. Eftersom undersökaren samt respondenterna var studenter på Högskolan i Skövde, var ett grupprum på Högskolan i Skövde bästa alternativet och samtliga intervjuer genomfördes där. Intervjuerna påbörjades med information om undersökningens syfte och respondenternas rättigheter som gäller i undersökningen. Sedan efterfrågades tillstånd för att spela in intervjun på mobilen, vilket godkändes av samtliga respondenter. Det förtydligades även att inspelningen enbart var för undersökningen och skulle sedan raderas. Intervjuerna antecknades av undersökaren eftersom det kunde visa sig vara något fel på inspelningarna i efterhand. Patton (2015) upplyste att det var viktigt för undersökaren att vara öppen under intervjun, därför inleddes intervjun med lite lära-käna frågor som inte var inplanerade med intervjufrågorna. Eftersom undersökaren samt respondenterna är studenter på Högskolan i Skövde, fanns det ämnen att prata om, som uppvärmning inför intervjun. När undersökaren märkte att respondenterna började bli bekväma med sin roll, påbörjades intervjun. Frågorna som ställdes under intervjun var semi-strukturerade, d.v.s. skrevs på en lista i förväg och innehöll även följdfrågor. Frågorna utgick ifrån frågeställningen och resultatet av enkätundersökningen, för att intervjuerna skall kunna komplettera enkätundersökningen med motiverade svar. Intervjun avslutas med ett tack från undersökaren och respondenterna blev informerade om att materialet skulle raderas efter att det skrivits in i rapporten.

8. Analys

Detta kapitel handlar om hur analysfasen i undersökningen utfördes samt olika mönster och teman som upptäcktes under analysen av insamlade data.

Först analyserades det material som erhöles från enkätundersökningen som genomförts och sedan analyserades materialet som erhöles från intervjuundersökningen.

Svaren från enkätundersökningen samt intervjuundersökningen delades in i olika kategorier i analysfasen för att kunna förbinda analysen med frågeställningen.

Kategorierna är följande:

- Kategori A: Allmänna frågor
- Kategori B: Tillit och trovärdighet
- Kategori C: Grafiska designen

8.1 Analys av enkätundersökning

Det förekommer inga motiveringar kring tabellerna och diagrammen eftersom motiveringarna till diagrammen är förstärkta av intervjuerna och förekommer i underkapitel 8.3

Enkätundersökningen analyserades genom deskriptiv statistisk analys. Frekvensen samt medelvärden av resultaten beräknades på plats i Google formuläret. Syftet med deskriptiv analys var att föra samman samt presentera data på ett summariskt sätt. Resultatet presenterades i form av antal, procent samt genom olika diagram.

8.1.1 Kategori A: Allmänna frågor

Allmänna frågor gällde kön, ålder, hur mycket respondenterna läser nyheter på webben, om informationen de erhåller är från nyhets webbplatser, bloggar och sociala medier, såvida de besöker samma webbplats för nyheter, hur de hanterar källkritik vid nya webbplatser samt vilka svenska nyhets webbplatser de besöker och varför just dessa.

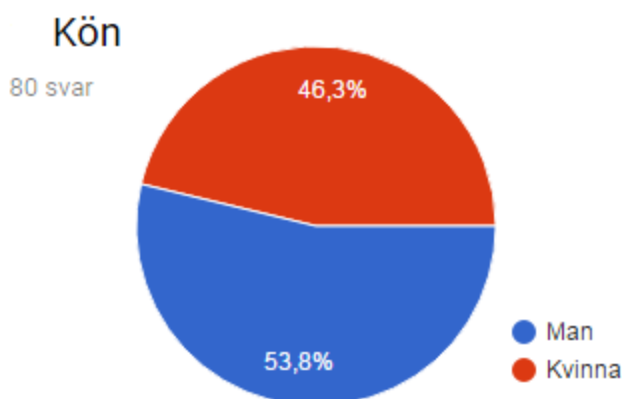


Diagram 1. Kön.

Analysen av enkätundersökningen byggdes på svar från 80 respondenter från Högskolan i Skövde, där 37 (46,3%) var kvinnor och 43 (53,8%) var män.

Ålder

80 svar

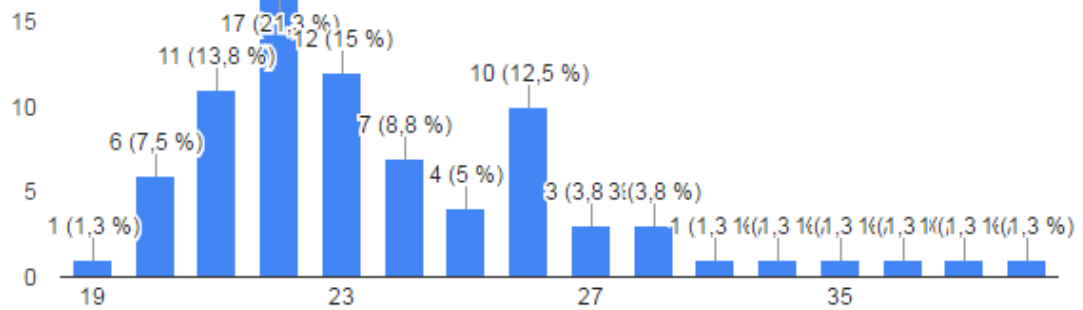


Diagram 2. Ålder.

Åldern på respondenterna låg mellan 19- 40 år. Dem flesta respondenterna var 22 år och det var 17 respondenter som svarade ur den åldern.

Jag läser nyheter på Internet dagligen

80 svar

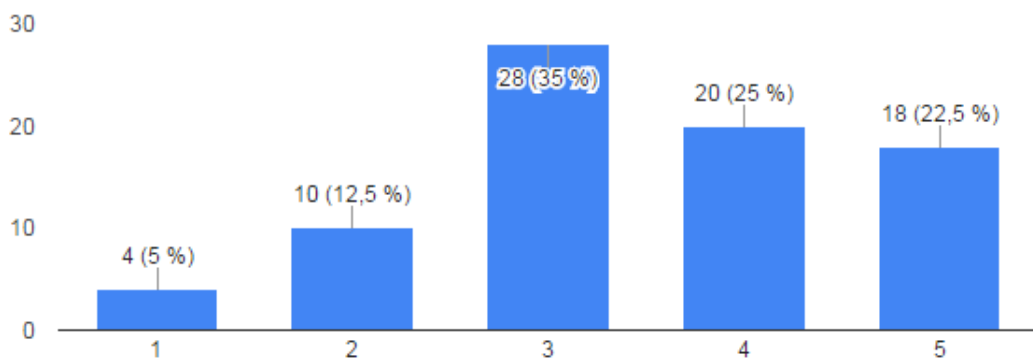


Diagram 3. nyheter på Internet.

28 Respondenter av 80 svarade 3 på graderingsskalan när det gäller att läsa nyheter på internet dagligen.

Jag får informationen från nyhetsplatser, bloggar och sociala medier

80 svar

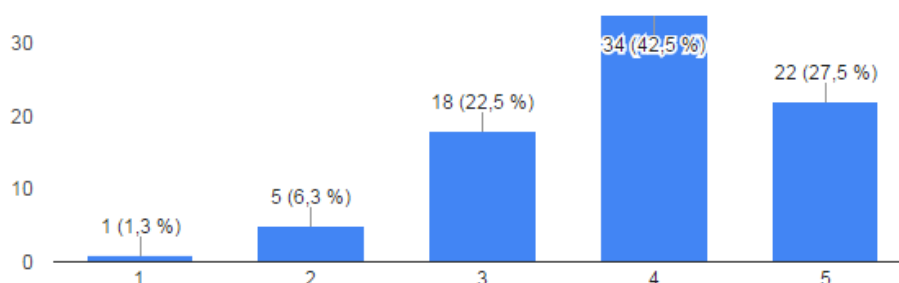


Diagram 4. Jag får informationen från nyhetsplatser, bloggar och sociala medier.

34 av 80 respondenter svarade 4 på graderingsskalan när det gäller att erhålla information från nyhets webbplatser, bloggar samt sociala medier. 22 respondenter svarade 5, 18 svarade 3, 5 svarade 2 och 1 respondent svarade 1.

22 respondenter svarade 5 på graderingsskalan, 18 respondenter svarade 3, 5 respondenter svarade 2 och 1 respondent svarade 1.

jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser

80 svar

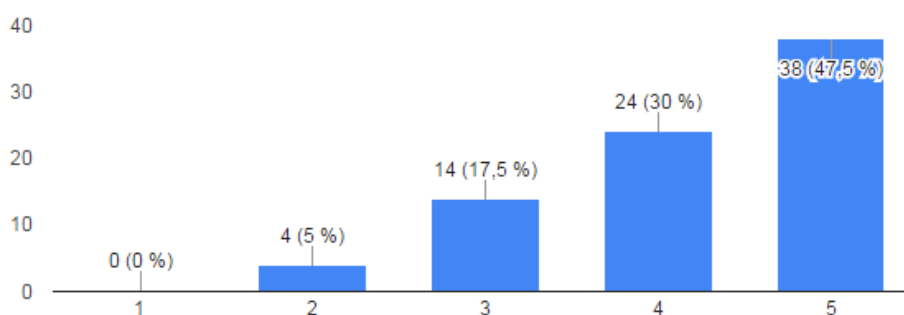


Diagram 5. Jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser.

38 av 80 Respondenter har svarat 5 på graderingsskalan när de handlar om att vara källkritisk när det gäller artiklar från ny hittade webbplatser. 24 respondenter har svarat 4, 14 respondenter har svarat 3 och 4 har svarat 2.

I enkätundersökningen fanns det en fråga som handlade om vilka svenska nyhets webbplatser respondenterna besökte.

59 respondenter svarade på frågan och webbplatserna såsom nämndes var:

Namn	Antal respondenter
Aftonbladet	43
Dagens Nyheter	18
Expressen	14
Göteborgs-Posten	9
Svenska Dagbladet	7

Tabell 1. Vilka svenska nyhetsplatser respondenterna besökte

Tabellen ovan visar vilka nyhets webbplatser som nämnts av respondenterna, Aftonbladet är nyhets webbplats som nämnts mest efter det kommer Dagens nyheter, Expressen, Göteborgs-Posten och Svenska dagbladet.

Lokala tidningar nämndes även i respondenternas svar. Lokala tidningarna som nämndes var:

Lokala tidningar	Antal respondenter
Skaraborg Allehanda	3
Skövde Nyheter	3
Borås Tidningen	1

Tabell 2. Lokala tidningar som nämnts av respondenter.

Tabellen ovan visar lokala tidningar som nämnts av respondenterna. Tidningarna är Skaraborg Allehanda, Skövde Nyheter samt Borås Tidningen.

Sociala medier nämndes av en respondent och sociala medier som nämndes var Facebook och Tumblr.

Tabell 1 och 2 visar att informationen högskolestudenter tar emot värderas igenom tidigare erfarenheter med informationskällan. Eftersom de flesta respondenterna svarade att de besöker samma nyhets webbplats, och majoriteten som svarade på frågan nämnde samma nyhets webbplatser. Att människor värderar informationen genom tidigare erfarenheter kan även bekräftas av Ardichvili et. Al. (2003) som nämnde att människor värderar informationen som tas emot genom tidigare erfarenheter med informationskällan, dvs hur informationen presenterades samt hur lättillgänglig och lättkomlig informationen var.

8.1.2 Kategori B: Tillit och trovärdighet

Tillit och trovärdighet kategorin avhandlar tilliten och trovärdigheten mellan användaren, webbplatsen och artikeln som återfinns på webbplatsen.

Jag tror på det mesta jag läser på Internet

80 svar

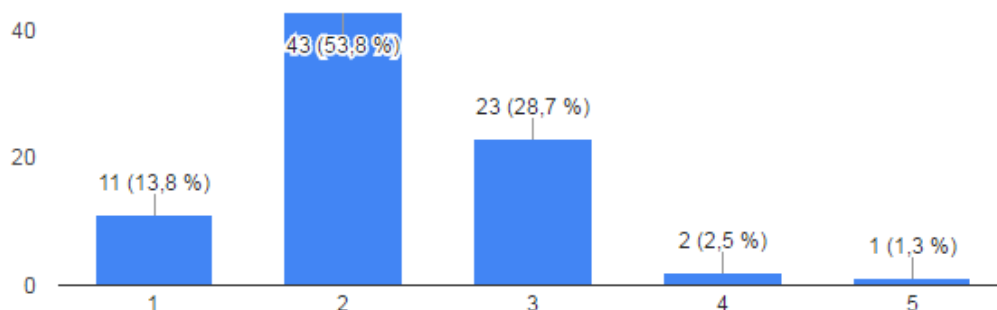


Diagram 6. Jag tror på det mesta jag läser på internet.

På diagram 6 svarade 43 respondenter av 80, 2 på graderingsskalan när det gäller trovärdigheten för information på internet. 23 respondenter har valt svarsalternativet 3, 11 respondenter har svarat 1 på graderingsskalan, 2 respondenter har svarat 4 och en respondent har svarat 5 på graderingsskalan.

Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.

80 svar

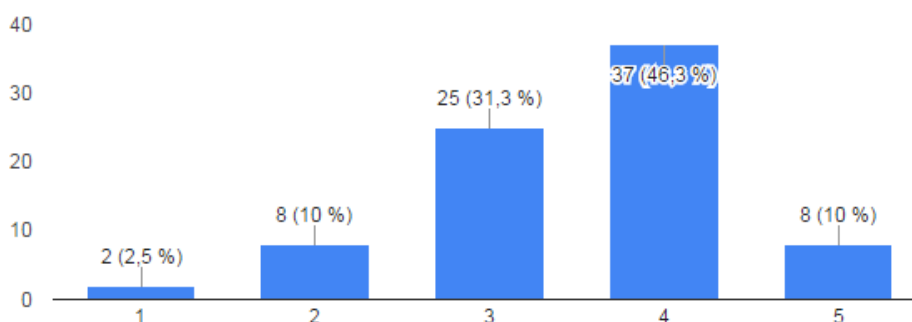


Diagram 7. Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.

På diagram 7 svarade 37 respondenter 4, när det gäller samspelet mellan en användare och webbplatsen och dess påverkan när det gäller tilliten till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen. 25 respondenter svarade 3 på graderingsskalan, 8 respondenter svarade 5 och 2 på graderingsskalan och 2 respondenter svarade 1.

8.1.3 Kategori C: Grafiska designen

Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.

79 svar

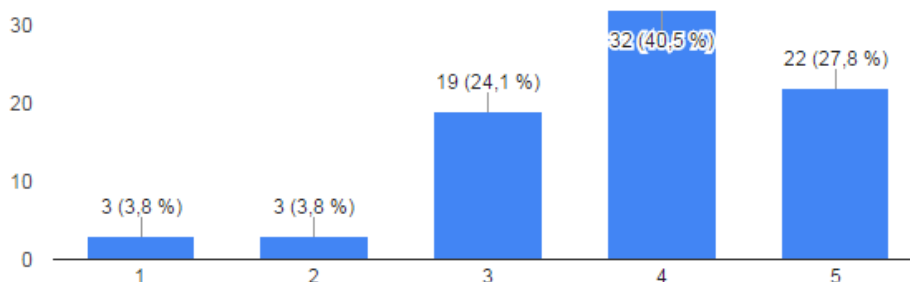


Diagram 8. Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.

32 av 72 respondenter svarade 4 på graderingsskalan när det gäller grafiska designen samt professionaliteten på webbplatsen, om det ökar användarnas tillit till webbplatsen och påverkar trovärdigheten till artiklarna. 22 respondenter svarade 5, 19 respondenter svarade 3, 3 respondenter svarade 2 och dem sista 3 svarade 1 på graderingsskalan.

Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.

79 svar

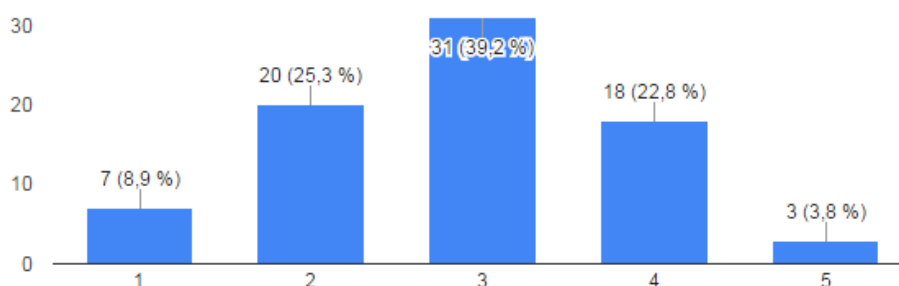


Diagram 9. Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.

31 respondenter av 79 svarade 3 på graderingsskalan när det gäller webbplatsens färger som en avgörande faktor för användarnas tillit. 20 respondenter svarade 2, 18 svarade 4, 7 svarade 1 och 3 respondenter svarade 5.

Ju högre kontrast det är på webbplatsen, desto starkare blir min tillit till webbplatsen

79 svar

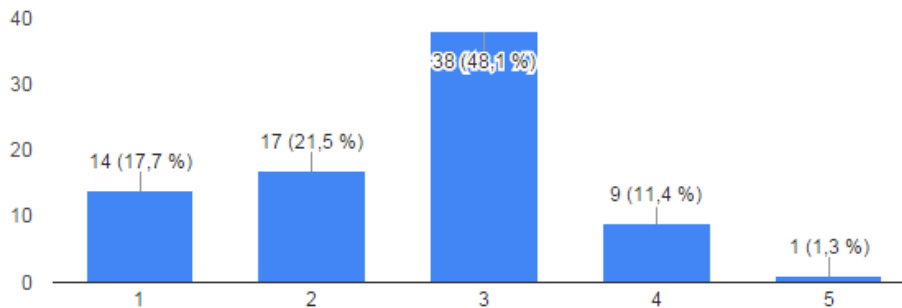


Diagram 10. Kontrasten på webbplatsers påverkan på användarna.

38 respondenter av 79 svarade 3 på graderingsskalan när det gäller kontrast på en webbplats och om det påverkar tilliten till webbplatsen beroende på hur hög eller låg styrkan är. 17 respondenter svarade 2, 14 respondenter svarade 1, 9 respondenter svarade 4 och 1 respondenter svarade 5 på graderingsskalan.

Typsnittet på webbplatsen spelar roll när det gäller min tillit till en webbplats

79 svar

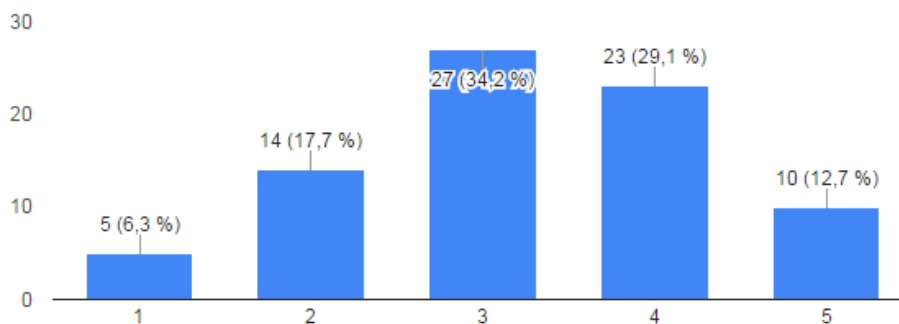


Diagram 11. Typsnittets påverkan på användarna.

27 respondenter av 79 svarade 3 när det gäller typsnittet på webbplatsens påverkan på användarnas tillit. 23 respondenter svarade 4, 14 svarade 2, 10 svarade 5 och 5 respondenter svarade 1.

i helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen

80 svar

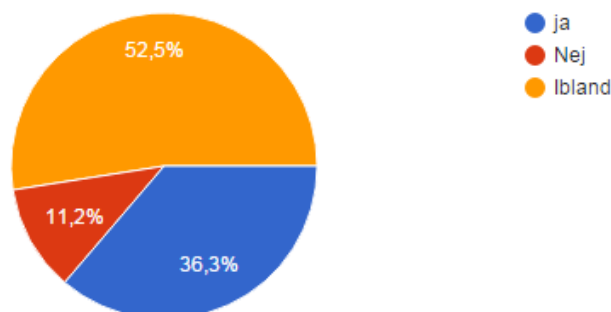


Diagram 12. I helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.

Fråga 12 innehöll alternativs svar, där svarsalternativen var ja, nej och ibland. 42 respondenter av 80 svarade ibland när det gäller grafiska designen i helhet och om den påverkar användarnas tillit till webbplatsen samt om det påverkar trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen. 29 respondenter svarade på ja och 9 respondenter svarade nej.

8.2 Analys av intervjuer

Intervjuerna analyserades utifrån Neumans kodningsbergrepp, d.v.s. genom öppen kodning, axiell kodning samt selektiv kodning. Syftet med öppen kodning är de första genomläsningarna av materialet och att man försöker finna mönster. Syftet med axiell kodning var att gå in djupare i materialet och försöka finna länkar mellan begreppen som hittas i mönstren från den öppna kodningen. Syftet med selektiv kodning var att söka selektivt efter fall som stödjer teman som framtoogs av öppen samt axiell kodning.

8.2.1 Kategori A: Allmänna frågor

Det var 6 respondenter som intervjuades och åldern på responderna var mellan 22 och 29 år.

Nyhets webbplatser som respondenterna besökte var bl.a. Aftonbladet, Göteborgs Posten, Skövdenyheter, Dagens nyheter, Reddit och Omnit.

När det gäller att besöka samma webbplatser för att läsa nyheter, besöker samtliga respondenter samma webbplatser för nyheter, webbplatser de redan byggt tillit till. Nya webbplatser kan även förekomma, när någon inom deras omkrets på sociala medier delar nyheter. Motiveringarna var följande:

”När det gäller inhemska nyhets webbplatser så är de samma. När det kommer till internationella så kör jag på en informationssamlingssida (Reddit) som publicerar olika nyhetskällor från hela världen.”

”Jag använder mig mest av samma nyhets webbplatser. Eftersom att det är jag får den information som jag söker efter samt att min tillit till de nyhets webbplatser är redan stark, vilket leder till att jag inte behöver känna mig osäker”

”Jag besöker bara samma APP/nyhets webbplats och det är då Aftonbladet. Jag har inte tänkt så mycket på att ladda ner andra appar eller använda mig av andra nyhets webbplatser, då jag känner mig bekväm med Aftonbladet och jag får informationen jag behöver.”

När det gäller ny hittade webbplatser, är samtliga respondenter källkritiska beroende på vad det är för nyhet och om respondenterna känner sig osäkra och blir misstänksamma. Då kollar respondenterna upp det, genom att jämföra artikeln med liknande artiklar från andra nyhets källor. Motiveringarna var följande:

”När det kommer till inhemska nyhets webbplatser så jämför jag olika källor med varandra och ifall källorna tar upp liknande nyhet då går jag över till dem internationella för att validera ifall källorna stämmer. Jag går aldrig mot en slutsats när jag läser den första källan”

”Om det är någonting som jag verkligen vill ha en 100 % objektiv och sann bild till så kollar jag på flera nyhets webbplatser eller liknande. Aftonbladet har till exempel inte 100 % trovärdiga nyheter. Men det är en sida som är lätt att läsa på. Så vill jag ha en mer objektiv och sann nyhets webbplats så kollar jag till exempel på Dagens nyheter.”

”Jag är väldigt källkritisk, tror sällan på nyheterna på TV och Aftonbladet/Expressen är verkligen ett stort nej! Men för att ta reda på om nyheten stämmer googlar jag det, läser hellre Flashback än andra nyheter som vi har tillgång till.”

”Jag litar inte så mycket på vad som sägs i nyheter eller sociala medier så jag brukar inte vara så noggrann men om det är en nyhet som jag är verkligen nyfiken på då letar jag upp källor för att se om det är sant eller inte sant.”

”Jag brukar följa sportnyheter ofta, för att vara källkritisk läser jag nyheterna direkt ifrån lagets officiella sida för exakt information, än t.ex. Viasat eller liknande som clickbaitar med rubriker. När det gäller vanliga nyheter, använder jag mig av Aftonbladet, om jag vill kontrollera om artikeln stämmer, jämför jag det med andra nyhetsplatser.”

Detta visar att några är väldigt källkritiska och tror sällan på det som skrivs, medan andra är källkritiska om det är en nyhet de verkligen är nyfikna på och vill ha en sann bild av.

8.2.2 Kategori B: tillit och trovärdighet

Samtliga respondenter besökte samma webbplatser för att läsa nyheter, d.v.s. webbplatser de redan byggt tillit till. Webbplatserna som nämndes av respondenterna var kända och seriösa nyhets webbplatser som t.ex. Aftonbladet, Göteborgs Posten, Skövdenyheter och Dagens nyheter. En respondent nämnde även TV, radio och tidningar. Det nämndes även av respondenterna att nya webbplatser kan förekomma, då är det någon inom deras omkrets på sociala medier som delat med sig av nyheten. När det gäller ny hittade webbplatser är tilliten inte 100 %. Om något verkar oklart eller uppfattas som manipulerad av respondenten, kollar respondenterna upp det genom att jämföra det med liknande artiklar från andra webbplatser. En respondent var väldigt källkritisk och trodde sällan på nyheterna på TV eller Aftonbladet och Expressen, men för att ta reda på om nyheterna stämde, kontrollerade hen det genom att googla om det stämmer samt läsa det på Flashback.

En fråga som ställdes under intervjun var ” Är det viktigt att samspelet mellan dig och webbplatsen fungerar för att du ska ha förtroende för sidan och dess artiklar? T.ex. påverkas din tillit beroende på hur lätt det är att navigera sig runt på hemsidan? Varför?”

4 av 5 respondenter svarade med att det var viktigt att samspelet mellan de och webbplatsen fungerade för att deras tillit till webbplatsen skulle öka.

Motiveringarna var följande:

”Ja, absolut. För om det är en hemsida som inte har bra design eller att hemsidan ser dålig ut så är det inte så trovärdigt för mig. Det gäller att hemsidan ska ha en bra design och att man ska kunna navigera runt smidigt”

”Självklart spelar det roll, om jag inte kan navigera mig runt på webbplatsen, eller inte kan hitta informationen jag vill åt, då ger jag inte sidan någon chans, men om det är lätt att navigera runt sig, samt hitta informationen man vill åt, då ökar min tillit till webbplatsen”

”Nyheter ska ge tillgång till snabb och aktuell information. Jag anser att samspelet mellan mig och webbplatsen ska flyta på utan att jag behöver anstränga mig för att ta fram och läsa nyheterna. Skulle jag besöka en webbplats som har en dålig struktur, mycket annonser eller som är svår navigerat så stänger jag ner den. Jag tappar helt och hållet tillit till webbplatsen. ”

” Ja, jag väljer hellre en lättläst hemsida att läsa på om jag enbart vill ha information kort och enkelt. Jag gillar till exempel Aftonbladet för att det är en lätt hemsida och man hittar lättare saker där. Jämfört med GP som jag tycker har en annorlunda hemsida och svårare att få den informationen som jag vill få svar på. Därför väljer jag oftast att kolla på Aftonbladet”

En respondent svarade med att hen inte påverkades av samspelet mellan hen och webbplatsen, men att om det är krångligt med att navigera sig på webbplatsen, går det inte att ta webbplatsen seriöst. Detta visar att samspelet mellan en webbplats och användare är en viktig faktor för att vinna över användarens tillit. Om det t.ex. är svårt att navigera sig runt på en webbplats och finna informationen man är ute efter, sänks tilliten hos en användare vilket leder till att användaren lämnar webbplatsen.

8.2.3 Kategori C: Grafiska designen

En fråga som ställdes under intervjun var:

”När du läser en artikel på en webbplats, kan det vara så att webbplatsens grafiska design kan påverka din tillit till webbplatsen och påverka artikelns trovärdighet i dina ögon, i så fall hur?”

Svaren och motiveringarna till frågan var följande:

”Ja absolut! För mig spelar exempelvis färger en viktig roll när det gäller webbplatser som publicerar nyheter eftersom webbplatserna mål är att sprida informationen som ska vara lätt läst. Skulle jag besöka en nyhets webbplats med konstig grafisk webbdesign så tappar jag intresset direkt. Om det påverka trovärdigheten? Inte så mycket, dock påverkas det intresset, läsbarheten och navigationen.”

”Ja, läser jag en artikel på en hemsida där designen är konstigt gjord så är min tillit till hemsidan sämre än en hemsida som har en bättre grafisk design. Första kontakten är viktigt för mig, om jag besöker t.ex. en webbplats som har massa ADs

på webbplatsen, färgerna är t.ex. för starka och det är svårt att navigera sig runt på webbplatsen, då tappar jag förtroendet för webbplatsen och lämnar ”

”Inte så att jag tror på det som artikeln vill framföra endast pga. av grafisk design men utan en bra grafisk design vill man inte besöka sidan från första början.”

”Ja som jag nämnde tidigare. Ju bättre webbplatsen ser ut och är, desto högre trovärdighet har jag för webbplatsen och artikelns trovärdighet ökar i mina ögon, då webbplatsen ser professionell och rent ut, men om webbplatsen har för starka färger och det är svårt att läsa artiklarna, då lämnar jag direkt.”

”Ja det kan det, jag skulle t.ex. inte vilja läsa nyheter från en webbplats, med vit bakgrund och svart text och massa reklam, då lämnar jag webbplatsen.”

Webbplatsens grafiska design framstår som en viktig faktor, inte för att öka artiklarnas trovärdighet, men för att användarna skall ge webbplatsen en chans och stanna kvar på webbplatsen. Såvida den grafiska designen är för svag och färgerna på webbplatsen är t.ex. för starka eller att det är krångligt att finna informationen som söks efter, då lämnar användarna webbplatsen. Färg på webbplatser påverkar användarnas tillit och samtliga respondenter motiverade för varför färgen på webbplatserna är en viktig faktor. Respondenterna svarade med att färg spelar en viktig roll när det gäller webbplatser som publicerar nyheter, eftersom målet med webbplatserna är att sprida information som skall vara lättlästa. Om de t.ex. skulle besöka webbplatser med konstiga färger som t.ex. rött och orange text så tappar de intresset direkt. En respondent upplyste om att det skall vara skönt för ögat annars stänger hen ner webbplatsen direkt. En annan respondent upplyste om det politiska och demonstrerade att nyhets webbplatser använder sig av färgerna som har med politiska partier att göra t.ex. att Aftonbladet använder sig av röd färg pga. socialdemokraterna och Göteborgs Posten av blå vilket är mer åt moderaternas håll. Den sista respondenten upplyste om det undermedvetna och demonstrerade att färgteman lurar ögonen och att man påverkas mer än vad man tror som t.ex. att röd färg symboliserar rörelse och spänning medan blå färg symboliserar en känsla av lugn, frid och stillhet. Respondenten antog att färg är en viktig faktor för att hens tillit till en nyhets webbplats skall öka. Kontrast och typsnitt togs även upp under intervjuerna. Somliga respondenter förutom en demonstrerade att kontrasnivån har betydelse, om webbplatsen är t.ex. för ljus eller för mörk kan det påverka användaren och göra det svårt för ögonen att läsa texten, vilket leder till att användaren lämnar webbplatsen. När det gäller typsnittet på webbplatsen och på artiklarna, blir samtliga respondenter förvirrande om texten på artikeln är skriven i större typsnitt än 12 samt om texten är skriven i mindre typsnitt än 12, går det inte att läsa artikeln vilket leder till att respondenterna lämnar webbplatsen. Grafiska designen i helhet kan påverka användarnas tillit och påverka trovärdigheten för artiklarna i användarnas ögon. Några faktorer som en respondent upplyste om var att grafiska designen har en viktig beståndsdel för hur trovärdig en nyhets webbplats skall vara uppbyggd. Exempel som togs upp var rätt val av färg, struktur, typsnitt, lite mindre ads (reklam), lätt-att-hitta-menyn samt att navigera sig runt på, kan påverka användarnas tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet. Det gör även att användarna kan besöka webbplatsen oftare och följa nyheterna där utan att behöva anstränga sig.

8.3 Sammankoppling av enkätstudier & intervjuer

Svaren från enkätundersökningen samt intervjuerna har slagits ihop för att inneha möjligheten till att svara på frågeställningen. Svaren från enkätundersökningen samt intervjuerna har genomsökts, analyserats samt jämförts med varandra för att kunna definiera olika mönster samt svar som kan hjälpa till med att svara på frågeställningen. Somliga svar har även jämförts med litteraturen, för att kunna definiera olika mönster. Svaren som demonstrerats under detta kapitel är svaren som kan hjälpa till med att svara på frågeställningen och alla svar demonstreras inte, utan endast de viktiga.

Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.

80 svar

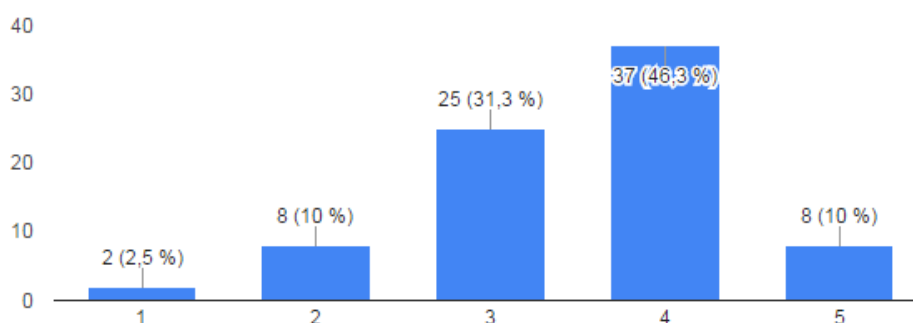


Diagram 7. Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.

Motiveringarna till varför 37 respondenter av 80 svarade 4 på gradering skalan är för att samspelet mellan webbplatsen samt användaren är viktigt faktor för att erhålla användarnas tillit, eftersom såvida det t.ex. är svårt att navigera sig runt på en webbplats, informationen på webbplatsen är svårsläst, och det går långsamt för användaren att finna informationen hen är ute efter, i så fall påverkas användarens tillit till webbplatsen, vilket leder till att användaren lämnar webbplatsen. Detta visar att gränssnittet är en viktig faktor som påverkar en användares tillit till en webbplats. Wang et al (2005) nämner även att tillit skall bemötas från både användaren och webbplatsens håll. Med detta menar Wang webbplatsen och användaren skall kunna integrera med varandra på ett sätt där dem kan bygga ett tillit till varandra. Tex att webbplatsen är väldigt enkel och smidig för användaren att navigera sig runt på, genom detta kommer användarens tillit att växa till webbplatsen. Användaren behöver inte göra så mycket för att få webbplatsens tillit, det är webbplatsens tillit till användaren som räknas i denna situation. Seckler et al (2014) upplyser om att webbplatser bör vara ärliga och innehålla uppriktig information och erbjuda löften som utlovas. Igenom utlovad information erbjuds på webbplatsen får användaren att känna sig bekväm med webbplatsen, detta leder till ett bra samspel mellan användare och webbplatsen, där användaren kan navigera sig runt på webbplatsen och finna eftersökta informationen på ett smidigt sätt, detta leder till att användarens tillit för webbplatsen ökar.

Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.

79 svar

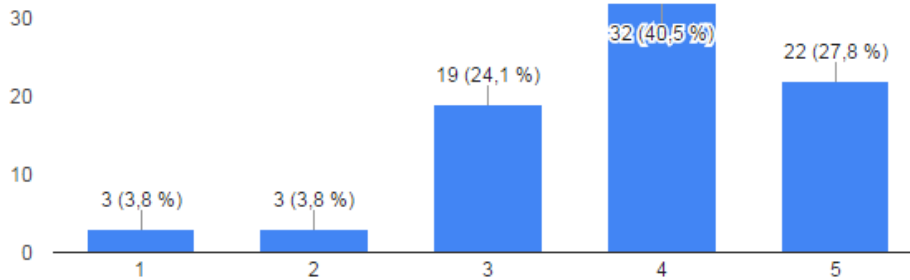


Diagram 8. Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.

Den grafiska designen på en webbplats framstår som en viktig faktor, för att användarna skall stanna kvar på webbplatsen. Såvida webbplatsens grafiska design är för svag genom att t.ex. färgerna på webbplatsen är för starka, det är komplicerat att navigera sig runt på webbplatsen, eller finna informationen som eftersöks, kan det leda till att användarna lämnar webbplatsen för att försöka finna informationen någon annanstans. Ju bättre webbplatsen ser ut att vara, desto högre blir användarnas tillit till den, och det blir lättare för användarna att lita på informationen som återfinns på webbplatsen.

Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.

79 svar

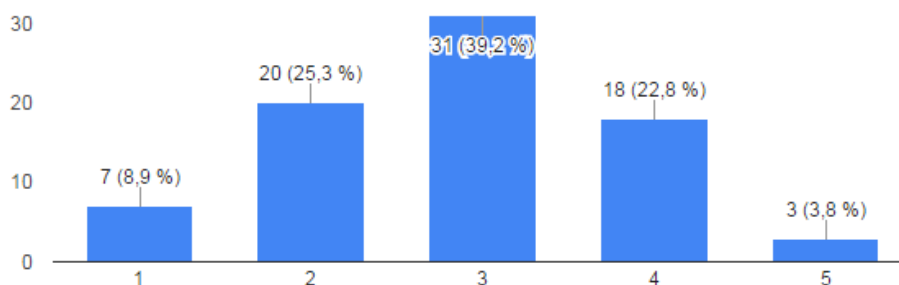


Diagram 9. Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen

Färg är en viktig faktor när det gäller nyhets webbplatser, eftersom målet med nyhets webbplatser är att sprida information, och informationen de sprider skall vara lättläst

och lätt för ögat att läsa. T.ex. om en nyhets webbplats skulle innehålla konstiga färger som t.ex. röd och orange text, vilket gör det oläsbart, kommer användaren att stänga ner sidan för att försöker finna informationen någon annanstans. Färg lurar även ögat samt människans undermedvetna, som t.ex. att röd färg symboliserar rörelse och spänning medan blå färg ger människor en känsla av lugn, frid och stillhet.

Ju högre kontrast det är på webbplatsen, desto starkare blir min tillit till webbplatsen

79 svar

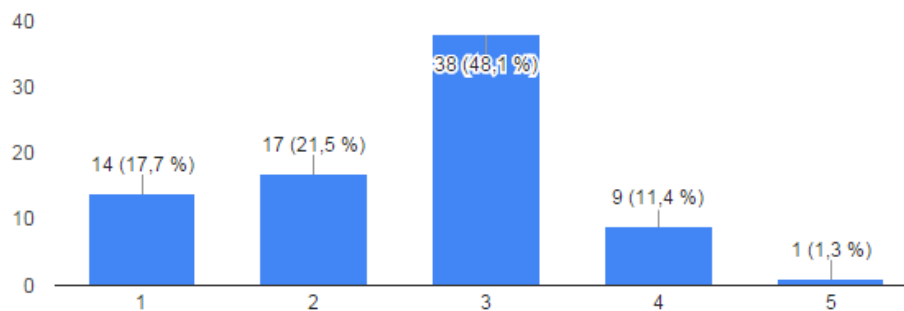


Diagram 10. Kontrasten på webbplatserns påverkan på användarna

Kontrastnivån har betydelse för användarnas tillit till webbplatsen, men det är inte den viktigaste faktorn. Ifall kontrastnivån är för ljus eller för mörkt, blir det svårt att läsa informationen som återfinns på webbplatsen, vilket leder till att användarna tappar förtroende för webbplatsen och lämnar den.

Typsnittet på webbplatsen spelar roll när det gäller min tillit till en webbplats

79 svar

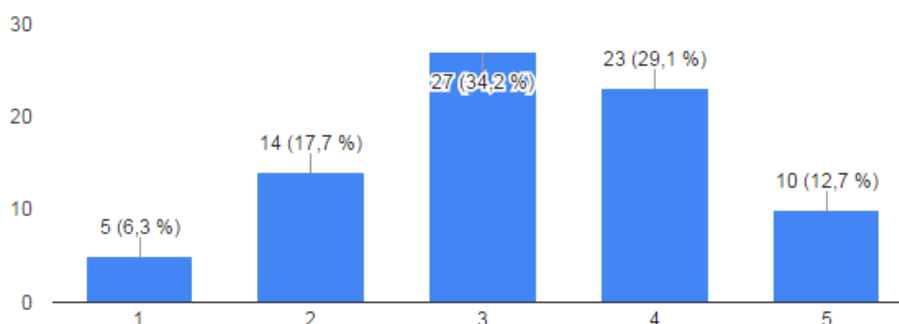


Diagram 11. Typsnittets påverkan på användarna

Respondenterna upplyste om att typsnittet på webbplatsen samt artiklarna är en viktig faktor som påverkar användarnas tillit till webbplatsen. Ifall typsnittet exempelvis är större än 12 eller mindre än 12, går det inte att läsa artikeln, detta leder till att respondenterna lämnar webbplatsen.

i helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen

80 svar

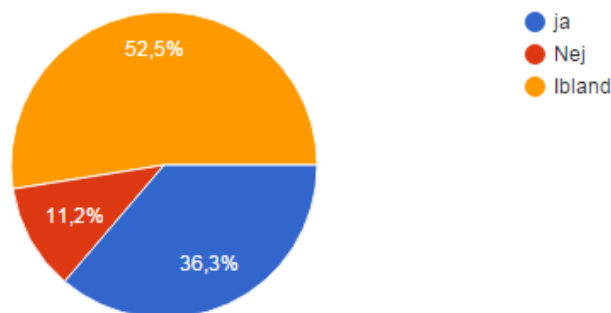


Diagram 12. I helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen

Grafiska designen i helhet kan påverka användarnas tillit och påverkar trovärdigheten för artiklarna hos användarna. Några faktorer som upplystes av en respondent var att grafiska designen har en viktig beståndsdel för hur trovärdig en nyhets webbplats skall vara uppbyggd. Faktorer som togs upp var rätt val färg, struktur, typsnitt, mindre ads (reklam), det skall vara lätt att navigera sig runt på och lätt att finna informationen, användarna kommer att njuta av sitt besök och kommer att besöka webbplatsen oftare och följa nyheterna där utan att behöva anstränga sig. Wang et al (2005) förklarar att en webbplats med bra grafisk design ger användarna känslan av trygghet och bekvämlighet. Igenom detta har webbplatsen uppfyllt en tillitsfull relation med användaren och ger användaren något att bygga tillit på. Därför ses Grafisk design som en viktig faktor för tilliten mellan användare och webbplats.

9. Resultat

I detta kapitel kommer resultatet av de 2 sekundära frågeställningarna och den primära frågeställningen att redovisas. Resultatet kommer även att jämföras med det förväntade resultatet. Sekundära frågeställningarna kommer att redovisas först för att sedan följas av den primära frågeställningen, eftersom de sekundära frågeställningarna skall hjälpa till att sammanbinda resultatet på primära frågeställningen.

9.1 Sekundär frågor

9.1.1 Sekundär fråga 1

Faktorer som påverkar tillit till webbplatser är:

Samspel mellan användare och webbplats:

Samspelet mellan användare och webbplats är en viktig faktor för webbplatsen att er hålla användarnas tillit. En respondent förklarade att om hen inte kan navigera sig runt på webbplatsen, eller finna informationen som eftersöks, då ger hen inte webbplatsen någon chans och lämnar webbplatsen, men om samspelet mellan användaren och webbplatsen är enkel och förekommer smidigt, då ökar hens tillit till den.

Ge tillgång till snabb och aktuell information:

Det är viktigt att en nyhets webbplats ger tillgång till snabb och aktuell information. En respondent förklarade att det var viktigt att en nyhets webbplats ger tillgång till snabb och aktuell information annars tappar hen tilliten till webbplatsen och lämnar väljer att lämna för att, finna den eftersökta informationen någon annanstans.

Mindre ads(reklam):

Det är väldigt viktigt att en nyhets webbplats inte innehåller för många ads eller clickbaits.

Samtliga respondenter förklarade att nyhets webbplatser med många ads och clickbaits inte verkade seriösa och därför har de ingen tillit för nyhets webbplatser med för många ads och väljer att lämna webbplatsen, och finna den eftertraktade informationen någon annanstans.

Professionell och ren webbplats:

Nyhet webbplatsens professionalitet samt renhet är en viktig faktor som påverkar användarnas tillit till en webbplats. Oprofessionella webbplatser innehåller mycket ADS, clickbaits samt komplicerad att finna eftersökta informationen eller navigera sig runt på, leder till att användarna tappar förtroende för webbplatsen och lämnar den och försöker finna eftertraktade informationen på ett annat sätt.

Grafisk design:

Grafiska designen i helhet är en viktig faktor, som påverkar användarnas tillit till en webbplats. Den grafiska designen framstår som en viktig faktor för att användarna skall ge webbplatsen en chans och börja skapa förtroende för den. Faktorer som ingår i Grafiska designen är bl.a. färg på webbplatsen, struktur, kontrast, typsnitt etc.

9.1.2 Sekundär fråga 2

Faktorer som kopplar tillit till grafisk design är:

Färg:

Färg är en viktig faktor när det gäller tillit till grafisk design. Detta bl.a. för att färg är väldigt psykologiskt och påverkar människans undermedvetna, vilket är en viktig faktor för att vinna över användarnas tillit, t.ex. att röd färg ger människan känslan av rörelse samt spänning medan blå färg ger känslan av lugn, frid samt stillhet.

Kontrast:

En viktig faktor när det gäller tillit till grafisk design är kontrastnivån på webbplatsen. Ett exempel är att ifall kontrastnivån är för mörk eller ljus, blir det komplicerat att läsa eller finna den eftertraktade informationen, vilket leder till att användarna tappar förtroende för webbplatsen och väljer att försöka finna informationen någon annanstans.

Typsnitt:

Det är viktigt att typsnittet på webbplatsen samt artiklarna är i rätt storlek, ifall typsnittet på webbplatsen är större än 12 eller mindre än 12, blir det komplicerat att läsa artikeln. Detta leder till att användaren lämnar webbplatsen och tappar förtroendet för den.

Layout:

Layout innebär webbplats strukturen, d.v.s. att alla bilder, färgen på webbplatsen och all text är i ordning samt strukturerad. En av faktorerna som kopplar tillit till grafisk design och som tagits upp tidigare av respondenterna är layouten, eftersom respondenterna har förklarat vikten av layouten samt upplyst att det är viktigt att webbplatsen är strukturerad på ett enkelt och rent sätt, det är även viktigt för användaren att finna eftertraktade informationen och navigera på ett smidigt sätt.

9.2 Primära frågan

Högskolestudenter tillit påverkar genom olika faktorer kopplade till webbplatser samt grafiska design. Faktorerna som kopplas till webbplatser är gränssnitt, d.v.s. att samspelet mellan användare och en webbplats. Det är mycket viktigt att webbplatser ger tillgång till snabb och aktuell information på ett smidigt sätt, annars tappar användarna tilliten till webbplatsen. Professionalitet och renhet på webbplatsen är även en viktig faktor som påverkar högskolestudenters tillit, d.v.s. ju mindre reklam och clickbaits en webbplats har, desto enklare är det för en högskolestudent att bygga upp förtroende för en nyhets webbplats. Grafiska designen i helhet är en viktig faktor som påverkar högskolestudenter tillit till en webbplats. Faktorer som påverkar högskolestudenter tillit och ingår i den grafiska designen är färg, kontrast, typsnitt och layout. Färg är en viktig faktor som påverkar bl.a. högskolestudenters tillit, eftersom färg är väldigt psykologiskt och påverkar människans undermedvetna utan att man tänker på det. Olika färger symboliserar olika känslor. Konstratsnivån är väldigt avgörande, eftersom beroende på kontratsnivån kan användaren tappa intresset för webbplatsen och lämna den. Ifall webbplatsen är exempelvis för mörk eller för ljus, kan det vara störande för ögat och användaren kan då söka sig till en annan webbplats för den eftertraktade informationen. Typsnittet på webbplatser samt på informationen i artiklar är även en viktig faktor, eftersom om t.ex. texten är för stor eller för liten, kan det bli komplicerat för att läsa samt att det kommer kräva ansträngning för ögat, vilket är besvärande för användaren och kommer leda till att användaren lämnar webbplatsen. Sista faktorn som påverkar högskolestudenters tillit

och som kopplar tillit till grafisk design är layouten på en webbplats. Att webbplatsen är strukturerad på ett enkelt sätt samt att navigeringen på webbplatsen förekommer smidigt ökar högskolestudenters tillit till webbplatsen. Webbplatsens struktur innebär att alla bilder, all text samt färgen på webbplatsen är i ordning samt strukturerad på ett enkelt samt smidigt sätt. Den grafiska designen på en webbplats ger högskolestudenter möjligheten till att bygga upp tillit till webbplatsen, men påverkar inte trovärdigheten på artiklarna, eftersom högskolestudenter är medvetna om att de flesta nyheter som förmedlas genom nyhets webbplatser, TV, radio eller i tidningar är korrigerade, men det finns de som korrigerar mindre än andra.

9.3 Resultat & förväntat resultat

Utifrån tidigare litteraturer samt undersökningar gällande trovärdighet, tillit, gränssnitt samt grafisk design av webbplatser har denna undersökning kommit fram med ungefär samma faktorer. Det förväntade resultatet efter undersökningen av tidigare litteraturer samt undersökningar var att en del av högskolestudenter påverkades av den grafiska designen vilket påverkade trovärdigheten på artiklarna som återfanns på webbplatsen. Resultatet som denna undersökning åstadkom var att majoriteten av respondenterna som utförde enkätstudien samt intervjuerna påverkas av den grafiska designen på en webbplats och att det påverkar tilliten till webbplatsen men att det inte påverkar trovärdigheten på artiklarna, däremot påverkar sanningen i artiklarna respondenternas tillit till webbplatsen. Exempelvis om en högskolestudent besöker en webbplats där den grafiska designen är professionellt konstruerad, gränssnittet är smidigt, d.v.s. att hen enkelt samt smidigt kan navigera sig runt på, men läser en artikel som ser korrigerad ut och är källkritisk mot det. Detta får studenten att kontrollera artikeln genom att jämföra den med liknande artiklar från andra webbplatser. Framträder det att artikeln är manipulerad eller korrigerad, kommer högskolestudenten med stor sannolikhet att tappa förtroendet för webbplatsen och kommer att lämna det.

10. Slutsats

Följande kapitel är undersökningens näst sista kapitel och gäller slutsatsen som dragits utifrån litteraturer och undersökningar som upptäckts i jämförelse med denna undersökning och resultatet utifrån denna undersökning.

Resultatet som tagits fram från denna undersökning är att den grafiska designen påverkar högskolestudenters tillit till webbplatsen men har ingen påverkan på artiklarna som återfinns på webbplatsen. Dock påverkar artiklarnas trovärdighet tilliten till webbplatsen hos högskolestudenterna. Studenterna ger artiklarna som återfinns på webbplatsen chans enbart om den grafiska designen på webbplatsen är ren och strukturerad och att webbplatsen uppfattas som professionell och trovärdig. I kapitel 3.2 nämner Wather och Burkell (2002) att användarens första uppgift när hen besöker en ny webbplats är att bedöma webbplatsens trovärdighet utifrån utseende, presentation samt struktur. Det är även den uppfattningen denna undersökning ger, d.v.s. att ifall en webbplats inte har en ren grafisk design, bra presentation och struktur, kommer användaren lämna webbplatsen utan att ha läst någon artikel.

Ardichvili et. Al. (2003) nämner under kapitel 3.1 att det finns mycket informationskällor på internet som människor använder sig av dagligen, vilket leder till att människor värderar informationen som tas emot, genom tidigare erfarenheter med informationskällan. Även detta upptäcktes under undersökningen, då respondenterna fick frågan: ”*Vilka nyhetsplatser besöker du, och varför just dessa?*” Resultatet redovisades i tabellform under kapitel 8.1.1. Resultatet visade att majoriteten av respondenterna besökte välkända webbplatser som Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen etc. Motiven var att de kände sig bekväma med de webbplatserna, då de är välkända nyhets webbplatser som de använt sig av länge och som används av många av Sveriges befolkning. En annan anledning till varför användarna känner sig bekväma med dessa nyhets webbplatser är för att journalisternas namn samt bild finns vid slutet av varje artikel och information om dessa nyhets webbplatser finns att finna. Kramer (1999) upplyser i kapitel 3.1 att IT baserade relationer inte kan nå samma tillit nivå som tillit i sociala kontext, eftersom IT baserade relationer är inte bundna till en känd plats som t.ex. ansikte mot ansikte interaktioner som förekommer i fysiska infrastruktur. Detta visar att det Kramer (1999) kom fram till år 1999 har ändrats med tiden och utvecklats d.v.s. att IT baserade relationer kan nå samma tillit nivå som tillit i sociala kontext med hjälp av bilder samt information som finns om journalisterna under slutet av varje artikel.

Go et al (2016) upplyste under kapitel 3.3 att användarens tillit till nyheter på webben bygger på att trovärdigheten i en given artikel kan vara ett resultat i en process av tilldelning och kan ge nödvändig motivering till att bygga upp tillit till webbplatsen. Detta är resultatet som denna undersökning kommit fram till, d.v.s. att den grafiska designen på en webbplats påverkar användarens tillit och tillåter användaren att ge artiklarna som återfinns på webbplatsen en chans medan trovärdigheten på en artikel kan påverka användarens tillit till webbplatsen.

11 Diskussion

Följande kapitel är undersökningens sista, vilket gäller undersökarens egna tankar samt funderingar kring genomförande undersökningen samt det redovisade resultaten. I följande kapitel diskuteras och argumenteras för vald metod samt process. Undersökaren ger även sin syn på undersökningen ur ett etiskt, vetenskapligt samt samhällsligt perspektiv.

11.1 Vald av metod, process, analys och resultat

Undersökningen har grundat sig i det kvalitativa samt kvantitativa tillvägagångssättet, d.v.s. genomförande av intervjuer samt enkäter. I efterhand ses det som ett självklart val, eftersom data som var eftertraktad av undersökaren, samlades in utan svårigheter. Valet av metoder var svårt att välja i den inledande delen, eftersom en övergripande plan inte var fastställd. Ju längre arbetet pågick, desto tydligare blev den röda tråden och metodvalet. Undersökaren ansåg även att en triangulär metodval skulle ge det bästa resultatet för denna undersökning, därför valdes ett kvalitativt samt ett kvantitativt metodval.

När det gäller målgruppen var det väldigt komplicerat att hitta en relevant samt avgränsad målgrupp, eftersom det är en bred målgrupp som läser nyheter på internet. Därför var det lite komplicerat med att avgränsa målgruppen. Målgruppen som valdes var studenter på Högskolan i Skövde. Anledningen till varför studenter valdes var för att studenter läser väldigt mycket vetenskapliga artiklar samt vanliga artiklar under sin tid som högskolestudenter och enligt undersökarens uppfattning skall högskolestudenter vara tränade på källkritik och inte låta sig påverkas av andra faktorer som t.ex. den grafiska designen på en webbplats. Därför ansåg högskolestudenter vara en intressant målgrupp. Anledningen till varför målgruppen avgränsades till Högskolan i Skövde var för att undersökaren är bosatt i Skövde och det var den smidigaste målgruppen att komma åt.

Gällande enkätundersökningen, som genomförandes elektroniskt, delades enkätundersökning på Högskolan i Skövde grupper på Facebook och mejl skickades slumpmässigt ut till studenter från skolmejl. 80 högskolestudenter genomförde enkätundersökningen. De 80 respondenterna svarade på samtliga frågor förutom en respondent som missade några frågor. Det var även väldigt komplicerat att verifiera något där 80 högskolestudenter av ca 3000 svarade på enkätundersökningen. Anledningen till varför inte fler svarade var för att det var tidsbrist och undersökaren var tvungen att börja skriva i rapporten. Lärdomar i enkätundersökningen var att frågorna kunde formats bättre. Som tex fråga 5 ”Jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser”, problemet med denna frågan är att, ifall någon svarar en 1a på frågan så dumförklarar de sig, och det är inte många människor som är villiga att göra det. Därför kunde frågan formats på ett annorlunda sätt.

Intervjuerna som genomfördes gjordes i syfte till att inneha mer information för att förstå varför enkätundersökningen visar som den gör, d.v.s. för att inneha motiverade svar till enkätundersökningen. Ett mail skickades till samma studenter som det skickades till tidigare, för att fråga om de ville ställa upp på intervju för samma studie. 5 respondenter svarade på mailet, och intervjuerna utfördes i grupprum på Högskolan i Skövde. Genomförandet av intervjuer gick som planerat och informationen som behövdes samlades in. Syftet med att jämföra och analysera

svaren från enkätundersökningen samt intervjuerna kunde utföras eftersom materialet som eftersträvats var insamlad. När det gäller frågorna var det enklare att se i efterhand att vissa följdfrågor borde inte ha funnits med då de besvarades genom vanliga frågan. Det tas som lärdom, men frågorna som utformades fungerade bra och var inte för komplicerade. Undersökaren försökte formulera frågorna på ett enkelt sätt för att få respondenterna att förstå, t.ex. att det inte är alla som vet vad gränssnitt innebär, vilket förenklades genom att fråga om samspel mellan webbplatsen och respondenterna var viktigt för dem. Det är även viktigt att poängtera att all litteratur samt undersökningar som är refererats i denna undersökning inte användes i slutsatsen. Många av dem var för att upplysa samt tillge de uppfattningen om vad tillit, trovärdighet och grafiska designen är och innebär i stora samt detaljerade drag för att dem skall kunna förstå undersökningen samt syftet med undersökningen.

Värdefull information togs fram i analysfasen om hur den grafiska designen påverkar målgruppens tillit till en webbplats och hur den grafiska designen påverkar trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen. Analysfasen genomfördes genom stegen som togs upp i metodkapitlet och genomfördes utan större problem. Lärdomar som togs från metod samt analysfasen var att utföra dem väldigt tidigt. Det blev väldigt överansträngande pga. tidsbristen, fast än det var 5 månaders tid. Resultatet som framtoogs var lite som förväntat, då undersökaren trodde att högskolestudenterna skulle påverkas av grafiska designen på webbplatsen och att det även skulle påverka artiklarnas trovärdighet i studenternas ögon. Det visade sig dock att den grafiska designen på en webbplats påverkar studenternas tillit till webbplatsen men att trovärdigheten på artiklarna inte påverkas, samt att artiklarnas trovärdighet påverkar studentens tillit till webbplatsen. Detta var ett resultat som inte var förväntat. Frågan som undersökaren skall ställa vid fortsatt arbete av detta är ”Hur påverkar artiklars trovärdighet högskolestudenters tillit till nyhets webbplatsen?”, Denna fråga verkar vara relevans att ställa som nästa fråga eftersom denna undersökning visade resultat av något som var oförväntad och för att veta varför resultatet visade som den gjordes, så borde denna fråga ställas vid fortsatt arbete. Det fungerar även med att utföra liknande arbete som denna undersökning, men med andra målgrupper.

Största lärdomen under hela arbetet var att planera i tid samt att vara förberedd på att planeringarna kunde ha ändrats, och att anpassa sig till det ändrade. T.ex. att en av respondenterna blev sjuk när intervjuerna skulle utföras, vilket ledde till en veckas försening men att andra delar i kapitlet kunde genomföras under den tiden, vilket är en anpassning. En annan lärdom som tagit med från undersökningen är att det är mycket viktigt att inneha bra samarbete samt kontakt med handledare, eftersom handledaren kommer med värdefulla och viktiga synpunkter, vilket är väldigt viktigt att ta emot, d.v.s. en annan persons synvinkel och synpunkter på ens arbete. Resultatet som framställdes i rapporten var lite förväntat, men utifrån tidigare litteraturer som undersöktes av undersökaren. Det som inte var förväntat var att artiklarnas trovärdighet skulle påverka användarens tillit till webbplatsen, samt att grafiska designen på en webbplats hade större påverkan på användare än vad undersökaren förväntade sig. T.ex. att människans undermedvetna påverkas av färger på ett sådant starkt sätt, att röd färg symboliserar rörelse och spänning medan blå symboliserar en känsla av lugn och stillhet. Det kan vara en av anledningarna till varför många webbshoppar har färgerna blå och vit. Det kan vara för att erbjuda användaren en känsla av lugn och stillhet, för att användaren skall känna sig bekväm med webbplatsen. Samtliga kapitel i rapporten var bra och fungerade som

undersökaren ville att det skulle göra. Det som kunde gjorts annorlunda var under enkätundersökningen och det var sättet frågorna ställdes på. T.ex. som frågan "Jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser", det är nästan en självklar grej att respondenten svarar en 3a uppåt, eftersom ingen är villig att "dumförklara" sig själva. Detta är utifrån undersökarens perspektiv och har inga referenser med som förstärker argumenten. Men utifrån undersökarens perspektiv så hade undersökaren inte svarat under 3 fast än det är inte alltid han är källkritisk.

11.2 Etiska aspekter

Etiska aspekter som genomfördes under arbetet var att respondenter informerades om deras roller med undersökningen, vad som förväntades av dem, att deltagandet var frivilligt samt att de kunde avbryta undersökningen när de önskade.

När intervjuerna inleddes och respondenterna hade redan tillfrågats, introducerades arbetet för respondenterna, där det förklarades studiens syfte samt respondenternas roll i det och frågan "Vill du delta i undersökningen?" ställdes. Respondenterna informerades även om att uppgifterna skulle användas för denna undersökning för att sedan raderas.

Personliga uppgifter avrapporterades på ett sådant sätt där respondenterna inte kunde identifieras.

Denna undersökning informerar läsarna om hur grafiska designen på webbplatser påverkar människors tillit till webbplatser och kan vara mer försiktiga när de besöker nya webbplatser, och inte bör förlita sig på nya webbplatser för hastigt. Det behöver inte handla om enbart nyhets webbplatser, utan kan även vara andra webbplatser som t.ex. webbshoppar. Ifall en användare nyupptäcker en webbshop och är intresserad utav deras produkter, borde användaren kontrollera om webbplatsen är riktig, igenom att ta reda på om det finns människor som beställt från webbplatsen tidigare. Det är detsamma med nyhets webbplatser. En individ kan inte förlita sig på en nyupptäckt nyhets webbplats för hastigt. Det är etiskt rätt att informera sina medmänniskor om faktorer som påverkar deras tillit till webbplatserna för att de inte ska ta emot fel information eller betala för en produkt som de inte kommer att motta.

11.3 Vetenskapliga aspekter och samhällsliga aspekter

Denna undersökning kan bl.a. hjälpa grafiska designers för att hjälpa de uppfatta vilka faktorer som påverkar människor tillit till en webbplats. Det behöver inte vara en nyhets webbplats, utan det kan även vara andra webbplatser som t.ex. webbshoppar, bloggar, bloppis etc. Denna undersökning har endast utförts på högskolestudenter.

Denna undersökning kan även bidra till vidare forskning för att uppfatta vilka faktorer som påverkar en människas tillit till en nyhets webbplats och hur forskarna kan bidra med för att sätta stopp för spridning av sanningslösa nyheter.

Denna undersökning kan bidra till samhället igenom att upplysa inte bara högskolestudenter, utan även andra människor i samhället om hur grafiska designen på en webbplats påverkar dem utan att de är medvetna om det, vilket kan vara bra att känna till.

11.4 Framtida arbeten

För det framtida arbete relaterat till denna undersökning bör det vara intressant att utföra en liknande undersökning men med en annan målgrupp, som t.ex. gymnasieelever. Det hade varit väldigt intressant att veta hur de tänker och tycker kring detta ämne eftersom de unga är framtiden.

Denna undersökning behöver även en vidare undersökning med fler respondenter för att verifiera det eftersom 80 studenter av en skola som innehar ca 3000 studenter är för lite för att verifiera något.

Man kan även utföra en liknande undersökning för webbplatser inom andra yrken som t.ex. loppis på nätet, där olika människor säljer sina begagnade kläder etc. Det hade varit väldigt intressant att skåda hur köparen litat på säljaren och tvärtom.

Referenser

Aftonbladets framgångar ökar i det nya medielandskapet(2007). Aftonbladet, https://web.archive.org/web/20070301014727/http://koncernen.aftonbladet.se/tidningen/tidningen_historik/article3674.ab?service=print (Hämtad 2017-02-01)

Andersson, B. E. (1994). *Som man frågar får man svar: en introduktion i intervju- och enkätteknik*. Prisma.

Ardichvili, A., Page V. & Wentling, T. (2003). Motivation and barriers to participating in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 64-77.

Bell, J. (2008). Fjärde upplagan. *Introduktion till forskningsmetodik*.

Bergin, E (2017), Bara du kan på riktigt bekämpa falska nyheter, Svenska Dagbladet, 4 januari. <https://www.svd.se/bara-du-kan-pa-riktigt-bekampa-falska-nyheter/om/falska-nyheter> (Hämtad 2017-02-19)

Bergström, B. (2007). Effektiv visuell kommunikation: om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur. Carlsson.

Bonnardel, N., Piolat, A., & Le Bigot, L. (2011). The impact of colour on Website appeal and users' cognitive processes. *Displays*, 32(2), 69-80.

Brown, H. G., Poole, M. S., & Rodgers, T. L. (2004). Interpersonal traits, complementarity, and trust in virtual collaboration. *Journal of Management Information Systems*, 20(4), 115-138.

Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Business research methods*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press.

Bryman, A., & Nilsson, B. (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder* Malmö: Liber ekonomi.

Cai, S & Xu, Y (2011). *Designing Not Just for Pleasure: Effects of Web Site Aesthetics on Consumer Shopping Value*. (Elektronisk). I: *International Journal of Electronic Commerce*.

Vol. 15. 29 juni 2011, s. 159-188. DOI: 10.2753/JEC1086-4415150405

Caivano, J. L. (1998). Color and semiotics: A two-way street. *Color Research & Application*, 23(6), 390-401.

Chapman, N., & Chapman, J. (2009). *Digital multimedia*. Wiley Publishing.

Cebi, S. (2013). Determining importance degrees of website design parameters based on interactions and types of websites. *Decision Support Systems*, 54(2), 1030-1043.

Chen, X., Sin, S.C.J., Theng, Y.L., Lee, C.S. (2015). Why Students Share Misinformation on Social Media: Motivation, Gender, and Study-level Differences. *The Journal of Academic Librarianship*, 41(5):583-592, DOI: 10.1016/j.acalib.2015.07.003

Dahmström, K (2000) Från datainsamling till rapport, att göra en statistisk undersökning, Studentlitteratur: Lund

Davidsson, P och Findahl, O (2016). *Svenskarna och internet 2016*, IIS(Internetstiftelsen i Sverige), organisationsnummer: 802405-0190, https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf

Delice, E. K. & Güngör, Z. (2009). The usability analysis with heuristic evaluation and analytic hierarchy process. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 39(6), ss. 934-939.

Djerf-Pierre, M., & Weibull, L. (2001). *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.

Doubleday, A., Ryan, M., Springett, M. & Sutcliffe, A. (1997). A comparison of usability techniques for evaluating design. I Proceedings of the 2nd conference on

Designing interactivesystems: processes, practices, methods, and techniques. Nederländerna 18-20 augusti 1997, ss.101-110. DOI: 10.1145/263552.263583

Egger, Florian N. (2003). *From interactions to transactions: Designing the Trust Experience for Business-to-Consumer Electronic Commerce*. Eindhoven University of Technologys

Fernandez, A., Insfran, E. & Abrahão, S. (2011). Usability evaluation methods for the web: A systematic mapping study. *Information and Software Technology*, 53(8), ss. 789-817

Fogg, B.J., Soohoo, C., Danielson, D., Marable, L., Stanford, J., & Tauber, E. (2003). *How Do Users Evaluate the Credibility of Web Sites? A Study with Over 2,500 Participants*, ACM, New York, NY

Fogg, B.J., och Tseng, H. (1999). The elements of computer credibility. *Conference on Human Factors in Computing Systems*, 15-20 maj 1999, Pittsburgh, USA. [Hämtad 2017-02-10], s. 80-87.

Fogg, B.J. (2003). Prominence-interpretation theory: explaining how people assess credibility online. *CHI'03 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 5-10 April 2003, Lauderdale, Florida, USA. [Hämtad 2017-02-13].

Go, E., You, K. H., Jung, E., & Shim, H. (2016). Why do we use different types of websites and assign them different levels of credibility? Structural relations among users' motives, types of websites, information credibility, and trust in the press. *Computers in Human Behavior*, 54, 231-239.

Hansson, L., Kristiansson, M. & Palmquist, E.(2004). Grafisk Design: En introduktion. Bokförlaget Arena

Hovland, C. och Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Educational Technology Research and Development* [Elektronisk]. 1, 59 [Hämtad 2017-02-10], s. 142–143. Tillgänglig: <http://www.springerlink.com/content/681r1129362617v3> .

Höglund, E (2014), Sociala medier ett viktigt vapen i propagandakriget, Aftonbladet, 11 augusti.
<http://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/elisabethoglund/article19343939.ab>
(hämtad 2017-02-02)

Iacono, C. S., S. Weisband. 1997. Developing trust in virtual teams. 30th Proc. Hawaii Internat. Conf. Systems Sci., HI.

Järvenpää, S. L., D. E. Leidner. 1999. Communication and trust in global virtual teams. *Organ. Sci.* 10(6) 791–815.

Järvenpää, S. L., K. Knoll, D. Leidner. 1998. Is anybody out there?: The antecedents of trust in global virtual teams. *J. Management Inform. Systems* 14(4) 29–64

Järvenpää, S. L., Shaw, T. R., & Staples, D. S. (2004). Toward contextualized theories of trust: The role of trust in global virtual teams. *Information systems research*, 15(3), 250-267.

Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.

Kleberg, M. (2006). Från teknikfascination till programkritik: TV-förevisningar i Stockholm under 1930-talet samt 1954. *Nordicom-Information*, (1), 17-48.

Koblanck, H (1997), *Typografi och grafisk design*. Stockholm: Bonnier utbildning.

Koblanck, H. (2003). *Typografi, bild och grafisk design*. Bonnier utbildning.

Kramer, R. M. 1999. Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions. *Annual Rev. Psych.* 50 569–598.

Kurečić, M. S. (2005). Improvement of Web Design using the Heuristic Evaluation Method. *Acta Graphica*, 17(1-4), ss. 7-14.

Kvale, S, (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun* Lund: Studentlitteratur.

Källkritik- en utmaning (2016). Statensmedierad, 07 december, <https://statensmedierad.se/larommedier/kallkritikvemvadvarfor/kallkritikenutmaning.422.html> (Hämtad 2017-02-17)

Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*, 114, 139.

- Lindeborg, L. (2005), 400 år sedan första tryckta tidningen kom ut, Svenska Dagbladet. 31 december <http://www.svd.se/400-ar-sedan-forsta-tryckta-tidningen-kom-ut> (Hämtad 2017-01-28)
- Linder, L. (2006), Postgumman, DN. 19 april. <http://www.dn.se/kultur-noje/kulturdebatt/postgumman> (Hämtad 2017-01-25)
- Lindhagen, A. (1996) Forestrecreation in Sweden. Four Case Studies Using Quantitive and Qualitative Methods (Rapport 64. 1996) Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för skoglig landskapsvård.
- Liu, C., & Arnett, K. P. (2000). Exploring the factors associated with Web site success in the context of electronic commerce. *Information & management*, 38(1), 23-33.
- Lundhem, S. (2002). Att lyckas med ett webbprojekt. Bilda.
- Lynch, P. J., & Horton, S. (2009). Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites, 3rd Edition. Yale University Press.
- Magnusson, E. (2016), I USA-valet blev sociala medier en avgörande faktor, Sydsvenskan, 10 november. <http://www.sydsvenskan.se/2016-11-10/i-usa-valet-blev-sociala-medier-den-tredje-statsmakten> (Hämtad 2017-02-02)
- Metzger, M. J. (2007). Making Sense of Credibility on the Web: Models for Evaluating Online Information and Recommendations for Future Research. *Journal of the American society for information science and technology*, 58(13), 2078-2091 doi:10.1002/asi.20672
- Molich, R. (2002). Webbdesign med fokus på användbarhet: Studentlitteratur
- Nazrul Islam, M. & Tétard, F. (2014). Exploring the impact of interface signs' interpretation accuracy, design, and evaluation on web usability: a semiotics perspective. *Journal of Systems and Information Technology*, 16(4), ss. 250-276.
- Nielsen, J. (1999). Designing web usability: The practice of simplicity. New Riders Publishing.
- P1 Morgon(2014), Så lockas svenskar via nätet att strida för Isis [Radioprogram] Producent: . Sveriges Radio, P1 25 september. <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1650&artikel=5974296> (Hämtad 2017-02-02)
- Pallant, J. (2013). SPSS survival manual: a step by step guide to data analysis using IBM SPSS (5. ed). Maidenhead, Berkshire: McGraw Hill.
- Pan, L. Y., & Chiou, J. S. (2011). How much can you trust online information? Cues for perceived trustworthiness of consumer-generated online information. *Journal of Interactive Marketing*, 25(2), 67-74.

- Patton, M.Q (2015), *Qualitative research & Evaluation Methods*, studentlitteratur.
- Pengnate, S. F., & Sarathy, R. (2017). An experimental investigation of the influence of website emotional design features on trust in unfamiliar online vendors. *Computers in Human Behavior*, 67, 49-60.
- Petersson, O (2009), *Opinionbildning*, Danmark, Norhaven A/S
- Pettersson, Rune (2004). *Bild och form för informationsdesign*. Studentlitteratur.
- Pichai, Sundar (2012), *Introducing Google Drive... Yes, Really*, drive.googleblog.com, 24 April
<https://drive.googleblog.com/2012/04/introducing-google-drive-yes-really.html>
 (Hämtad 2017-04-11)
- PROLOG: UTVECKLINGEN AV SOCIALA MEDIER 2007-2012(2012).JMW 6 november
<http://www.jmw.se/2012/11/06/prolog-utvecklingen-av-sociala-medier-2007-2012/>
 (hämtad 2017-02-05)
- Propaganda.(2017). Nationalencyklopedin.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/propaganda#dagens-propaganda> (Hämtad 2017-02-01)
- Rains, A. och Karmikel, C. (2009). Health information-seeking and perceptions of website credibility: Examining Web-use orientation, message characteristics, and structural features of websites. *Computers in Human Behavior* [Elektronisk]. 25, [Hämtad 2017-02-16], s. 544–553.
- Rieh, S. (2002). Judgment of information quality and cognitive authority in the Web. *Journal of the American Society of Information Science and Technology* [Elektronisk]. 53, [Hämtad 2017-02-13], s. 145–161.
- Robins, D. och Holmes, J. (2007). Aesthetics and credibility in web site design. *Information Processing & Management* [Elektronisk]. 44, [Hämtad 2017-02-10], s. 386–399. 60
- Robins, D. och Holmes, J. (2008). Visceral and cognitive levels of credibility judgment in an authorless environment: A factor analysis of the influence of visual design. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology* [Elektronisk]. 44, [Hämtad 2017-02-16], s. 1–10.
- Robins, D. och Holmes, J. (2010). Consumer health information on the Web: The relationship of visual design and perceptions of credibility. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* [Elektronisk]. 61, [Hämtad 2017-02-16], s. 13–29
- Rogers, Y., Sharp, H., & Preece, J. (2011). *Interaction design: Beyond human-computer interaction*. Chichester: John Wiley and Sons

Rosengren, K.E (2017), nyhet. Ne. 26 januari.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/nyhet> (Hämtad 2017-01-23)

Rousseau, D. M., S. B. Sitkin, R. S. Burt, C. Camerer. 1998. Not so different after all: A cross-disciplinary view of trust. *The Acad. Management Rev.* 23(3) 393–404.

Ruane, J. M., & Nilsson, B. (2006). *A och O i forskningsmetodik: en vägledning i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Runesson, A (2009), FÖRSTA TIDNINGEN, AlltomVetenskap, 31 mars.

<http://www.alltomvetenskap.se/nyheter/forsta-tidningen> (Hämtad 2017-01-23)

Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (2016). Perspective: Empowerment in veterinary clinics: the role of trust in delegation. *Journal of Trust Research*, 6(1), 91-95.

Seckler, M., Heinz, S., Forde, S., Tuch, A.N., & Opwis, K. (2014). *Trust and distrust on the web: User experiences and website characteristics*. University of Basel, Department of Psychology, Center for Cognitive Psychology & Methodology, Missionsstr. 62a, 4055 Basel, Switzerland

Stukát, Staffan (2011). *Att skriva examensarbete inom utbildningsvetenskap. (2:e uppl.)* Lund: Studentlitteratur

Svenning, C. (2000). *Metodboken*. Eslöv: Lorentz förlag

Svensén, B, 1998. *Svenska akademien från Gustaf III till våra dagar, litteratur*, Institution: Svenska Akademien, ISBN: 978-91-1-300568-3.

Sundström, T, 2005, *Användbarhetsboken: bästa sätten att göra fungerande webb*, Studentlitteratur, ISBN: 978914403743

Tan, W., Liu, D. & Bishu, R. (2009). Web evaluation: Heuristic evaluation vs. user testing. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 39(4), ss. 621-627

Thomsen, Dante. (2014), *Bahnhof stoppar hyllning till "En svensk tiger" efter påtryckningar*. Dagensmedia.

<http://www.dagensmedia.se/marknadsforing/kampanjer/bahnhof-stoppar-hyllning-till-en-svensk-tiger-efter-patryckningar-6097593> (hämtad 2017-02-02)

Tidwell, J. (2010). *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design*. "O'Reilly Media, Inc."

Trost, J. (2007). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Trost, J. & Hultåker, O. (2016). *Enkätboken. (5., [moderniserade och rev.] uppl.)* Lund: Studentlitteratur.

Tyler, T. R., R. M. Kramer. 1996. *Whither trust*. R. M. Kramer, T. R. Tyler, eds. *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*. Sage, Thousand Oaks, CA

Vetenskapsrådet, S. (2002). Forskningsetiska principer inom humanistisksamhällsvetenskaplig forskning.

Wang, Y. D., & Emurian, H. H. (2005). An overview of online trust: Concepts, elements, and implications. *Computers in human behavior*, 21(1), 105-125.

Wathen, N. och Burkell, J. (2002). Believe it or not: Factors influencing credibility on theWeb. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* [Elektronisk]. 53, [2017-02-23].

Weber, J. (2006). Strassburg, 1605: The origins of the newspaper in Europe. *German History*, 24(3), 387-412.

Wolber, A (2012), Use Google Forms to create a survey, Techrepublic.com, 31 Oktober,
<http://www.techrepublic.com/blog/google-in-the-enterprise/use-google-forms-to-create-a-survey/>
(Hämtad 2017-04-11)

Yang, Yun, Hu, Yong & Chen, Juhua (2005). A Web Trust-Inducing Model for E-commerce and Empirical Research. CEC '05 Proceedings of the 7th international conference on Electronic commerce

Zanutto, E. (2001). Web & e-mail surveys. Hämtad April,07, 2017.

Bilagor

Bilaga 1: Presentation för förfrågning om intervju igenom mejl

Hej!

Jag är en högskolestudent som studerar systemvetenskap programmet på Högskolan i Skövde. Just nu jobbar Jag med mitt examensarbete och undersökningens syfte är att se hur den grafiska designen på en nyhets webbplats påverkar högskolestudenters tillit till webbplatsen. Jag undrar om du skulle kunna ställa upp på en intervju, tid och plats bestäms tillsammans.

Hälsningar Sardar Batofi

Bilaga 2: Respondenternas rättigheter innan intervju

Det är frivilligt att delta i undersökningen och du har rätt till att avbryta undersökningen utan motivering. Det finns inga uppgifter som gör det möjligt att identifiera dig eller någon annan. intervjuerna kommer att behandlas hemligt och kommer enbart att användas för denna studie för att sedan raderas.

Bilaga 3: Intervjufrågor

1. Hur gammal är du?
2. Brukar du följa nyheterna ofta?

- Beroende på svaret. Var får du dina nyheter i från?

- Brukar du besöka samma APP/ nyhetssida eller använder du dig av nya? I så fall varför?

- hur gör du, när det gäller att vara källkritisk, d.v.s. tror du på det du läser direkt, eller blir du tveksam och kollar upp om det stämmer? när det gäller ny besökta samt bekanta webbplatser.

3. Är det viktigt att samspelet mellan dig och webbplatsen fungerar för att du ska ha förtroende för sidan och dess artiklar? t.ex. påverkas din tillit beroende på hur lätt det är att navigera sig runt på hemsidan? varför?

4. när du läser en artikel på en webbplats, kan det vara så att webbplatsens grafiska design kan påverka din tillit till webbplatsen och påverka artikelns trovärdighet i dina ögon, i så fall hur?

- Brukar färgen på webbplatsen påverka dig på något sätt, d.v.s. en webbplats med rött tema är mindre pålitlig än en med blå tema, motivera

- Brukar nivån på kontrast påverka din tillit till en webbplats? I så fall hur?

- Påverkas din tillit beroende på typsnittet texterna på webbplatsen har?

5. Påverkas din förtroende för en webbplats beroende på webbplatsens professionalitet? t.ex. att en webbplats med för många ad(Reklam) är mindre trovärdig än en med mindre ADs
Motivera

6. Hur påverkas du av den grafiska designen i helhet, finns det några faktorer du skulle vilja ta upp?

Bilaga 4: Enkätundersökningen

Hej!

Jag är en högskolestudent som studerar systemvetenskap programmet på Högskolan i Skövde. Just nu jobbar Jag med mitt examensarbete och undersökningens syfte är att se hur den grafiska designen på en nyhetssida påverkar högskolestudenters tillit till webbplatsen.

Det är frivilligt att delta i undersökningen och du har rätt till att avbryta undersökningen utan motivering. Det finns inga uppgifter som gör det möjligt att identifiera enskilda deltagare. Enkätsvaren kommer att behandlas hemligt och kommer enbart att användas för denna studie. För frågor mejla: Sbatofi@gmail.com

Fråga 1

Kön?

man() kvinna()

Fråga 2

Ålder _____

3. Jag läser nyheter på Internet dagligen?

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

4. Jag får informationen från nyhetsplatser, bloggar och sociala medier?

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

5. Jag tror på det mesta jag läser på Internet

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

6. Jag besöker samma webbplatser för nyheter

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

7. jag är extra noggrann med att vara källkritisk, när jag läser artiklar från ny hittade webbplatser

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

8. Att samspelet mellan mig och webbplatsen fungerar bra ökar min tillit till webbplatsen och artiklarnas trovärdighet ökar.

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

9. Grafiska designen samt professionalitet på webbplatsen ökar min tillit till webbplatsen, och trovärdigheten för artiklarna ökar.

motivera svar

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

10. Färgen på webbplatsen är en attraktionskraft och avgör min tillit till webbplatsen och trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.

motivera

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

11. Ju högre kontrast det är på webbplatsen, desto starkare blir min tillit till webbplatsen.

motivera

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

12. Typsnittet på webbplatsen spelar roll när det gäller min tillit till en webbplats.

motivera

Aldrig 1 2 3 4 5 Alltid

13. i helhet så har grafiska designen på webbplatsen stor påverkan på mig när det gäller min tillit till webbplatsen och

**trovärdigheten på artiklarna som återfinns på webbplatsen.
motivera**

- Ja
- Nej
- Ibland

14. Vilka svenska nyhetssidor brukar du besöka och varför just dessa?
