

AI:s inverkan på läsarens förtroende för journalistiken

En kvalitativ studie om trovärdighet i AI-genererat nyhetsflöde

Av: Felicia Barkam Rundqvist och Shahad Al-Darraj

Handledare: Malin Picha Edwardsson, Erika Walukiewicz

Examinator: Milda Malling

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidatuppsats 15 hp

Journalistik med samhällsstudier | höstterminen 2025



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Abstrakt

Denna studie undersöker hur användningen av artificiell intelligens (AI) i nyhetsproduktion påverkar läsarens förtroende för nyhetsflödet genom en kvalitativ ansats. Med AI avses i denna studie generativ artificiell intelligens, såsom språkmodeller som används för att producera eller formulera nyhetsartiklar. Kvalitativ ansats metoden valdes för att ge en djupare förståelse för intervjupersonernas subjektiva erfarenheter och upplevelser.

Urvalet bestod av tio personer i åldrarna 18–45 år med olika bakgrunder och erfarenheter av nyhetskonsumtion. Deltagarna valdes strategiskt för att möjliggöra ett brett perspektiv, vilket innefattade en medveten fördelning av kön, ålder och erfarenhet av nyhetskonsumtion för att skapa en helhetsbild.

Studien undersöker hur medieanvändare uppfattar AI-genererade i jämförelse med icke AI-genererade nyhetsartiklar samt hur förekomsten av AI i den redaktionella processen påverkar publikens förtroende för nyhetsrapporteringen.

Studien identifierade flera centrala teman. Deltagarna betonade vikten av trovärdighet i nyhetsrapportering, vilket kopplades till medielogik teorin och medieförtroendeteori, där medier spelar en central roll i att stödja en informerad offentlig diskussion. Vissa respondenter uttryckte oro för att AI kan påverka trovärdigheten genom exempelvis förfalskade rapporter samt genom att minska inslag av mänsklig förståelse och empati. Ett annat orosmoment som lyftes var att AI inte alltid tar hänsyn till nyhetskällors rykte, transparens och saklighet, vilket kan försvåra för läsare att säkerställa att informationen är korrekt och pålitlig.

Sammanfattningsvis visar studien att en balans mellan AI-baserad textproduktion och mänsklig redaktionell granskning är avgörande för att upprätthålla trovärdighet och objektivitet i nyhetsrapporteringen.

Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	3
1. Inledning	5
2. Syfte och frågeställning	6
2.1 Syfte	6
2.2 Frågeställningar	6
3. Bakgrund	6
3.2 Begrepp	8
4. Tidigare forskning	8
4.1 AI: journalistikens integritet, transparens och etiska krav	9
4.2 Teknologins utveckling: digitala verktyg i journalistisk praxis	10
4.3 Tillit: konsumenternas tillit för AI-användning i nyhetsproduktion	11
5. Teoretiskt ramverk	12
5.1 Medielogik	12
5.2 Medieförtroende	13
6. Metod	15
6.1 Urval	17
6.2 Samtycke och etiska överväganden	20
6.3 Genomförande av intervjuer	20
6.4 Intervju innehåll	21
6.5 Dataanalys	22
6.6 Reflektion kring underlagets relevans	26
7. Resultat	26
7.1 Trovärdighet är nummer ett	26
7.2 AI-genererat eller icke AI-genererad journalistik	28
7.3 Mänsklig närvaro	29
7.4 Bra hjälpmedel, men...	30
7.5 Framtida risker och missbruk av AI	32
8. Analys	34
8.1 Förtroende för nyhetsinformationen	35
8.2 Förtroende för dem som levererar nyheterna	35
8.3 Förtroende för medieföretag	36
8.4 Samspel mellan förtroendedimensionerna	36
8.5 AI och Medielogik	38

9. Slutdiskussion	39
9.1 Publikens upplevelse av AI i nyhetsproduktionen	39
9.2 Avgörande aspekter vid bedömning av trovärdighet	40
9.3 Relation till tidigare forskning och studiens bidrag	41
9.4 Styrkor, begränsningar och vidare forskning	42
10. Vidare forskning	43
11. Referenser	44
12. Bilagor	47
12.1 Intervjufrågor	47
12.2 Samtyckesblankett	48
12.3 Exempel på artiklar	49

1. Inledning

I januari 2024 sändes en nyhetssändning på Facebook med SVT:s nyhetsankare Lisbeth Åkerman, men det visade sig senare att sändningen var helt AI-genererad. Åkerman uttryckte efteråt oro över att detta kunde påverka både redaktionens trovärdighet och hennes egen yrkesroll som journalist. Även SVT:s dåvarande redaktionschef, Charlotta Friborg, menade i en intervju med *Aftonbladet* (Åkerman, 2024) att det blir allt svårare att skilja mellan falska och äkta nyheter i takt med att AI-tekniken utvecklas.

Denna händelse väckte frågor hos oss som journaliststudenter om hur artificiell intelligens (AI) påverkar publikens förtroende för nyheter och journalister. I tidigare forskning beskrivs förtroende som publikens övergripande tillit till medieaktörer, medan trovärdighet avser hur tillförlitligt och kompetent det journalistiska innehållet uppfattas (Heim & Chan-Olmsted 2023).

Heim & Chan-Olmsted (2023) visar att förtroendet är en avgörande faktor för hur publiken bedömer journalistiskt innehåll och dess trovärdighet, särskilt i nyhetsrapportering där ansvarstagande och autenticitet är centrala (s. 946–965). Deras studie pekar på att publikens tillit till AI-genererat innehåll ofta är lägre än till innehåll som producerats av mänskliga journalister, eftersom AI uppfattas sakna journalistiskt ansvar och redaktionell etik. Samtidigt framkommer att transparens kring användningen av AI i nyhetsproduktion kan bidra till att stärka publikens förtroende, då öppenhet kring arbetsmetoder ökar upplevelsen av ansvar och tillförlitlighet hos medieaktörer (Heim & Chan-Olmsted, 2023, s. 946–965).

Mot denna bakgrund vill vår studie undersöka hur svenska nyhetskonsumenter uppfattar trovärdigheten i AI-genererade nyheter jämfört med nyheter skapade av journalister. Vi är särskilt intresserade av hur läsarna beskriver sin tillit till avsändaren och hur de resonerar kring autenticitet, objektivitet och yrkesmässig kompetens när AI introduceras i nyhetsproduktionen. Genom att låta deltagarna läsa och jämföra både AI-genererade och icke AI-genererade nyhetstexter under kvalitativa intervjuer, vill vi få en djupare förståelse för hur de upplever och värderar som formar publikens förtroende.

Det finns i dagsläget begränsad forskning som på djupet undersöker publikens upplevelser av AI-genererad journalistik genom kvalitativa metoder, särskilt i en svensk kontext. De flesta

tidigare studier har varit kvantitativa och genomförts i internationella miljöer (Thurman et al., 2019; Diakopoulos, 2019). Vår studie bidrar därför med en empiriskt förankrad förståelse av hur nyhetsläsare i Sverige tolkar och värderar AI:s roll inom journalistiken, ett område som blir alltmer relevant i takt med att automatisering och generativ teknik får större utrymme i mediebranschen.

2. Syfte och frågeställning

2.1 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur mediepubliken upplever att förekomsten av artificiell intelligens (AI) i nyhetsproduktionen påverkar deras förtroende för journalistiken, samt hur AI-genererade nyhetsartiklar uppfattas i relation till innehåll producerat av mänskliga journalister. I takt med att AI i allt större utsträckning används i nyhetsproduktion väcks frågor om hur detta påverkar publikens uppfattningar om trovärdighet och transparens i journalistiskt innehåll.

För att förstå hur generativ artificiell intelligens (AI) påverkar läsarens uppfattning genomför vi intervjuer med nyhetskonsumenter. Deltagarna får analysera en nyhetsartikel som har skapats med generativ AI jämfört med en artikel producerad av en mänsklig journalist. Intervjuerna fokuserar på hur AI påverkar deltagarnas uppfattning om trovärdighet, transparens, ansvarstagande och autenticitet i nyhetsinnehållet, samt hur detta kan påverka deras övergripande förtroende för nyheter. Genom att undersöka dessa aspekter hoppas vi bidra med insikter som kan hjälpa medier och journalister att hantera de etiska dilemman som uppstår i takt med AI:s ökade användning i nyhetsproduktionen.

2.2 Frågeställningar

1. Hur ser tio nyhetskonsumenter på användningen av AI i nyhetsproduktionen?
2. Vilka aspekter är viktiga för nyhetspubliken när de bedömer trovärdigheten i AI-genererade jämfört med icke AI-genererade nyheter?

3. Bakgrund

I en värld där artificiell intelligens (AI) får en allt större roll i nyhetsproduktionen blir det centralt att förstå hur denna utveckling påverkar läsarens tillit. Det ökande informationsflödet gör det lätt att bli överväldigad, och tillit fungerar därför som ett avgörande filter när människor navigerar bland nyheter. Forskning har visat att AI-baserade teknologier skapar både nya möjligheter och nya risker för hur information uppfattas och värderas. Exempelvis visar Longoni, Bonezzi och Morewedge (2019, s. 629–650) att människor ofta upplever AI som mindre pålitligt än mänskliga aktörer, även när tekniken presterar lika bra eller bättre. Denna motvilja mot AI-genererat innehåll kan därmed påverka hur publiken tolkar automatiserad nyhetsrapportering.

AI har samtidigt potential att effektivisera nyhetsproduktionen och möjliggöra snabbare reaktioner på händelser. Automatiserade system används för att sortera, producera och sprida nyheter i mycket högre takt än tidigare. Men forskning visar också att algoritmer kan vara svåra för användare att förstå, vilket skapar osäkerhet och påverkar hur mycket man litar på innehållet. I en studie om algoritmisk transparens visar Eslami et al. (2015, s. 153–162) att användare ofta saknar insyn i hur algoritmer prioriterar information, vilket leder till misstolkningar och minskad tillit när processerna bakom innehållet upplevs som “osynliga”.

Tillit utmanas även av att AI-teknologi kan utnyttjas för att producera manipulerat eller helt fabricerat innehåll. “Deep fakes” är ett tydligt exempel på detta, där avancerade generativa system kan skapa realistiska men falska videor och ljudklipp. Chesney och Citron (2019, s. 1753–1819) betonar att deepfakes innebär allvarliga risker för desinformation, demokrati och samhällsförtroende, eftersom de undergräver möjligheten att skilja mellan äkta och manipulerat material. Denna typ av innehåll kan direkt påverka hur publiken värderar AI-genererat material i stort.

Behovet av etiskt ansvarstagande i AI-utvecklingen är därför stort. Europeiska kommissionen (2019) framhåller i sin rapport *Ethics Guidelines for Trustworthy AI* att transparens, ansvar och mänsklig övervakning är centrala principer för att AI ska vara tillförlitlig och användas på ett sätt som stärker, snarare än underminerar, förtroendet för information. Dessa riktlinjer syftar till att förhindra skadlig användning av AI och att säkerställa att tekniken integreras på ett etiskt försvarbart sätt inom medier.

Slutligen kan AI både motverka och bidra till spridningen av falska nyheter, beroende på hur den används. Lazer et al. (2018, s. 1094–1096) visar att desinformation sprids snabbt i digitala miljöer och att teknologier, inklusive AI, spelar en central roll i både förstärkningen och bekämpningen av falska narrativ. Detta förstärker behovet av att förstå hur publikens tillit formas när AI deltar i nyhetsprocessen.

Genom denna studie vill vi därför undersöka hur AI påverkar publikens förtroende för nyheter, och hur viktig den mänskliga faktorn är för att upprätthålla trovärdighet i en miljö där automatisering blir allt mer framträdande.

3.2 Begrepp

Algoritmer:

Algoritmer kan beskrivas som tekniska procedurer eller regeluppsättningar som används för att bearbeta information och lösa olika typer av problem. De används bland annat för att sortera, filtrera och rangordna innehåll i digitala system (Svensson, 2023).

Artificiell intelligens (AI):

Artificiell intelligens är ett samlingsbegrepp för digitala teknologier som utvecklats för att efterlikna mänskliga kognitiva förmågor, såsom att analysera information, identifiera mönster, fatta beslut och lära sig över tid (Bäck, 2023).

Förtroende:

Förtroende kan förstås som en förväntan eller tillit till att en individ, grupp eller institution agerar på ett pålitligt, ärligt och förutsägbart sätt, även i situationer där den som litar är i en sårbar position (Luhmann, 1979).

Generativ AI:

Generativ AI avser AI-system som har förmågan att skapa nytt innehåll, exempelvis text, bilder, video eller ljud, baserat på den data som systemet har tränats på (Bäck, 2023).

Trovärdighet:

Trovärdighet kan definieras som i vilken grad en person, källa eller organisation uppfattas som pålitlig, ärlig och kompetent, vilket gör att mottagaren är benägen att lita på den information som förmedlas (Hovland et al. 1953).

4. Tidigare forskning

Forskning om AI och journalistik har under de senaste åren främst fokuserat på tre övergripande områden: (1) AI: Journalistikens integritet, transparens och etiska krav, (2) Teknologins utveckling: digitala verktyg i journalistisk praxis och (3) Tillit: konsumenternas tillit för AI-användning i nyhetsproduktion. Dessa forskningsfält speglar den breda teknologiska omställning som präglar dagens medielandskap.

Ett växande antal studier har visat att AI i hög grad påverkar hur nyheter samlas in, bearbetas och presenteras, ofta genom automatisering och dataanalys som förändrar den traditionella redaktionella arbetsstrukturen (Anderson et al., 2020; Kökeritz & Wiik, 2022). Andra forskare har betonat riskerna med bristande transparens i algoritmiska system och hur detta kan utmana grundläggande journalistiska normer som objektivitet och ansvarstagande (Jones et al., 2022; Pew Research Center, 2021). En tredje forskningslinje har riktat in sig på publikens perspektiv och visat att läsarnas förtroende i hög grad påverkas av hur och i vilken omfattning AI används i nyhetsproduktion, särskilt i frågor som rör trovärdighet, kontroll och mänsklig närvaro (Heim & Chan-Olmsted, 2023).

Diakopoulos (2019) visar i *Automating the News* att algoritmer kan ta över delar av nyhetsvärderingen och därmed förändra journalistrollen, samtidigt som bristande transparens skapar osäkerhet där det blir oklart vem som ansvarar för publicerat innehåll. Denna problematik återkommer i Thompson Reuters Foundations rapport *Journalism in the AI Era* (Radcliffe, 2025), där man framhåller att AI kan stärka journalistiken genom effektivisering av research, korrektioner och översättningar, men att avsaknaden av insyn i algoritmiska processer riskerar att underminera journalistikens integritet.

Ytterligare forskningsbidrag, som *Artificial Intelligence in Journalism: An Overview of its Applications and Uses* (Nandini et al., 2024) och *Use of Artificial Intelligence in Traditional Journalism Practices* (Sumiog et al., 2025), visar hur AI redan används i brett journalistiskt arbete, exempelvis automatiserad textproduktion, dataanalys, innehållspersonalisering och publikoptimering. Dessa studier lyfter att AI kan öka effektiviteten men samtidigt förstärka filterbubblor, reproducera bias och påverka hur nyheter värderas och presenteras. Den bredare digitala infrastrukturen kring AI har också fått ökad uppmärksamhet. Studier om cybersäkerhet och AI-baserade system som till exempel *Cybersecurity Issues in Journalism Based on AI Technologies* (Zalova, 2025), pekar på att AI introducerar nya risker, där

exempelvis deepfakes och avancerad desinformation skapar utmaningar för journalistikens verifieringsprocessen.

Nedan följer en mer ingående sammanfattning av tre huvudteman som vi identifierat och anser vara applicerbara på vår undersökning. (1) AI: Journalistikens integritet, transparens och etiska krav, (2) Teknologins utveckling: digitala verktyg i journalistisk praxis och (3) Tillit: konsumenternas tillit för AI-användning i nyhetsproduktion.

4.1 AI: journalistikens integritet, transparens och etiska krav

Artikeln “AI ‘Everywhere and Nowhere’: Addressing the AI intelligibility Problem in Public Service Journalism” (Jones, Jones & Luger, 2022) undersöker hur bristande transparens i AI-system kan påverka journalistikens kvalitet. Med bristande transparens avses här att journalister ofta inte fullt ut förstår hur algoritmerna fungerar och vilka parametrar som styr de beslut som AI genererar. Författarna använder en kvalitativ metod och genomför fallstudier av public service-redaktioner som använder AI-verktyg för att producera nyheter i Storbritannien.

Studien belyser problem som kan uppstå när journalister inte kan granska eller förklara algoritmens beslut, vilket kan leda till svårigheter att upprätthålla grundläggande journalistiska normer såsom opartiskhet och noggrannhet. Om journalister inte kan förstå eller kontrollera hur AI-genererade texter skapas, riskerar innehållet att bli partiskt, felaktigt eller oförutsägbart, vilket i sin tur kan underminera publikens förtroende för medier (Jones et al., 2022, s. 1740–1744).

Denna studie är särskilt relevant eftersom public service-redaktioner har en central roll i nyhetsförmedlingen, och tekniska innovationer som AI snabbt påverkar den journalistiska processen. Resultaten visar tydligt att AI:s brist på transparens, både när det gäller algoritmens interna funktion och beslutskriterier, kan försämra journalistikens kvalitet genom att göra det svårt för journalister att granska, förklara och korrigera innehåll, vilket utmanar normer om opartiskhet och noggrannhet och därigenom kan minska förtroendet för medier (Jones et al., 2022, s. 1740–1744). Kopplat till vår studie innebär detta att vi särskilt kan analysera hur transparens och förståelse av AI påverkar läsarnas uppfattning om trovärdighet och förtroende i svensk kontext.

I en rapport från Reuters Institute for the Study of Journalism undersöker Newman (2020) hur algoritmer och AI påverkar urvalet och presentationen av nyheter. Studien bygger på en kombination av intervjuer med journalister och innehållsanalys av AI-genererade nyheter. Resultaten visar att algoritmer ofta prioriterar populära eller sensationella ämnen baserat på tidigare användardata, vilket kan snedvrída nyhetsflödet och leda till en överrepresentation av vissa typer av berättelser (Newman, 2020, s. 22–24). Denna forskning är särskilt relevant eftersom medier använder algoritmer för att anpassa nyhetsflöden och öka läsarens engagemang. Resultaten väcker frågor om objektivitet och journalistisk integritet, eftersom journalister riskerar att förlita sig för mycket på algoritmer, vilket kan minska den mänskliga bedömningen i nyhetsproduktionen. För vår studie innebär detta att vi kan undersöka hur svenska läsare uppfattar AI:s påverkan på nyhetsurval och deras tillit till innehållet.

En annan studie av Pew Research Centers (2021, s.4) undersöker de etiska utmaningarna som uppstår vid användningen av AI i journalistik. Studien använder en kombination av enkätundersökningar och djupintervjuer med journalister för att förstå deras oro för AI:s inverkan på journalistikens objektivitet, ansvar och transparens. Den viktigaste frågan som tas upp i resultatet är att AI-genererade artiklar kan vara svåra att granska, vilket kan leda till att felaktig eller partisk information sprids utan ansvar. Det belyser behovet av riktlinjer och regler för att säkerställa att AI inte underminerar journalistikens trovärdighet och objektivitet. Detta är direkt kopplat till vårt syfte att förstå hur generativ AI:s användning i nyhetsproduktionen påverkar publikens förtroende för journalistiken.

4.2 Teknologins utveckling: digitala verktyg i journalistisk praxis

Forskning visar att digitala verktyg och AI inte bara gör nyhetsproduktionen snabbare, utan även påverkar innehållets karaktär. Graefe, Haim, Haarmann och Brosius (2016, s. 601–603) fann att AI-genererade texter ofta uppfattas som korrekta och lättlästa, men saknar djup och journalistiskt omdöme jämfört med mänskligt skrivna artiklar.

Henestrosa, Greving och Kimmerle (2023, s. 3–9) genomförde experiment som visade att AI-genererade artiklar uppfattas som mer generiska, medan mänskligt skrivna artiklar uppfattas som mer nyanserade och trovärdiga. Dessa resultat tyder på att AI:s användning kan påverka publikens upplevelse av nyhetskvalitet och trovärdighet.

I vår egen studie jämför vi AI- och icke-AI-artiklar inom sport, vilket möjliggör en analys av hur svenska läsare uppfattar trovärdighet i olika typer av innehåll, och om mönster i internationell forskning såsom Graef et al. (2016) som har genomförts i Tyskland, Henestroza et al. (2023) som är en studie från främst USA, stämmer med svenska erfarenheter. Detta kopplar direkt till vårt syfte att analysera läsarens upplevelse av kvalitet och trovärdighet i AI-genererade nyheter.

4.3 Tillit: konsumenternas tillit för AI-användning i nyhetsproduktion

En relevant studie inom AI som genomfördes i USA av Steffen Heim och Sylvia Chan-Olmsted (2023, s. 954–956), där de undersökte publikens förtroende för nyheter som produceras med hjälp av AI. Bakgrunden till studien är den växande användningen av AI i nyhetsproduktion, vilket aktualiserar frågor kring hur denna teknologins användning påverkar publikens uppfattning och tillit.

Forskarna fokuserade särskilt på två centrala faser i nyhetsproduktionen: informationsinhämtning samt skrivande och redigering. Genom strukturell ekvationsmodellering analyserade de ett brett spektrum av faktorer som påverkar konsumenternas preferenser och förtroende för AI-genererade nyheter (Heim & Chan-Olmsted, 2023, s. 946–965).

Resultaten visar att publiken i allmänhet föredrar låg AI-användning i nyhetsproduktionen, särskilt i arbetet med informationsinhämtning och faktakontroll. Samtidigt framkom att både förtroendet och viljan att konsumera AI-genererade nyheter kan öka, under förutsättningen att människor fortfarande har ansvaret över produktionen. AI accepteras bättre när den används som stöd för faktainsamling än när den används som ersättare för journalister i redaktionella processer (Heim & Chan-Olmsted, 2023, s. 954–956). Denna studie är särskilt relevant för vår forskning då den belyser hur AI användning påverkar publikens uppfattning om nyhetsinnehåll, ett område som vår studie undersöker. Detta är direkt relevant för vår studie, eftersom vi undersöker hur svenska läsares syn på AI:s roll i nyhetsproduktionen är och hur den mänskliga faktorn påverkar upplevd trovärdighet och tillit.

Genom att kombinera dessa insikter med vår egen data kan vi analysera hur svenska läsare reagerar på AI:s roll i nyhetsproduktionen och hur den mänskliga faktorn påverkar upplevd trovärdighet.

5. Teoretiskt ramverk

Detta kapitel presenterar de teoretiska perspektiv som ligger till grund för analysen av studiens empiriska material. Utgångspunkten är teorier om medielogik och medieförtroende. Genom att kombinera dessa teorier möjliggörs en fördjupad analys.

5.1 Medielogik

Medielogik, som Strömbäck (2019, s. 45–67) beskriver som de normer och processer som styr hur nyheter produceras och konsumeras, är ett centralt begrepp när vi studerar hur läsarens förtroende påverkas av AI-genererat innehåll. Medielogik handlar om hur nyheter anpassas till mediernas format och publikens förväntningar, där berättelser som är sensationella eller konfliktorienterade ofta prioriteras för att väcka uppmärksamhet och engagemang. Denna logik påverkar både journalistens arbetsprocess och hur nyheter presenteras, vilket i sin tur påverkar publikens förståelse av samhällsfrågor och verkligheten (Strömbäck, 2019, s. 52).

Helberger, Karppinen och D’Acunto (2018, s. 5–12) betonar att medielogik blir särskilt relevant vid AI-genererat innehåll eftersom AI-system tränas på stora datamängder och drivs av algoritmer som prioriterar innehåll som förväntas generera engagemang. Detta innebär att AI riskerar att förstärka medielogikens befintliga normer, exempelvis genom att lyfta fram berättelser som är sensationella, polariserade eller på andra sätt attraktiva för publiken. En sådan anpassning kan påverka hur läsare bedömer nyheternas trovärdighet och därmed deras förtroende för journalistiken.

Vidare lyfter Helberger et al. (2018, s. 10–11) att AI-genererat innehåll ibland kan uppfattas som mer objektivt, eftersom det inte är kopplat till mänskliga känslor eller värderingar. Samtidigt kan AI förstärka befintliga mönster i nyhetsflödet eftersom algoritmer lär sig av tidigare publicerat material. Detta innebär att AI, precis som traditionell medielogik, kan bidra till en snedvriden framställning av verkligheten. Om AI-genererade artiklar ofta prioriterar sensationellt innehåll riskerar läsarna att börja förknippa denna typ av nyheter med

högre nyhetsvärde eller trovärdighet, vilket kan påverka deras förmåga att kritiskt granska innehållet.

Strömbäck (2019, s. 60–62) lyfter även att medielogik inte enbart påverkas av journalistiska normer, utan också av politiska och sociala faktorer. Gillespie (2014, s. 173–175) menar att algoritmiska system kan förstärka vissa narrativ eftersom de optimeras för engagemang snarare än för balanserad rapportering. Detta gör det svårare för läsare att avgöra vad som bygger på redaktionella bedömningar och vad som är resultatet av algoritmiska prioriteringar, vilket kan påverka förtroendet för nyhetsinnehållet.

I vår studie är medielogik därför en viktig teoretisk utgångspunkt för att förstå hur både AI-genererat och journalistiskt producerat innehåll formas, samt hur detta kan påverka läsarens förtroende. Medielogikens normer präglar även mänskliga journalisters arbete, exempelvis genom fokus på personifiering, berättande och publikengagemang.

Genom våra intervjuer analyserar vi hur deltagarna ser på skillnader mellan AI-genererade artiklar och artiklar skrivna av journalister, och hur dessa skillnader relaterar till etablerade mediologiska normer. På så sätt används teorin inte för att särskilja AI från journalistik i sig, utan för att tolka hur AI respektive mänskliga journalister inom samma mediologiska ram uppfattas leva upp till, eller avvika från de berättarformer och kvaliteter som publiken förknippar med trovärdig journalistik. Detta bidrar till en förståelse för hur AI:s närvaro kan påverka läsarens förtroende för journalistiken som helhet.

5.2 Medieförtroende

I denna uppsats undersöker vi hur läsarens upplevelse av trovärdighet påverkas när nyhetsinnehåll genereras av AI. Förtroendet för journalistik har fått en allt mer central betydelse i takt med digitaliseringens framfart och sociala mediers ökande påverkan, vilket utmanar traditionella nyhetsmedier.

Förtroende kan i ett medievetenskapligt sammanhang förstås som publikens tillit till att journalister och medieorganisationer agerar ansvarsfullt, sanningsenligt och i allmänhetens intresse över tid (Karlsson & Strömbäck, 2024, s. 33). Det handlar således inte enbart om enskilda nyheter, utan om en mer långsiktig relation mellan publik och medier.

Förtroende för både journalister och medier formas av hur publiken upplever journalisternas och medieorganisationernas kompetens, integritet, transparens och empati (Karlsson & Strömbäck, 2024, s. 355). Trovärdighet skiljer sig från förtroende genom att i högre grad avse bedömningen av specifikt innehåll, exempelvis en enskild nyhetsartikel eller ett visst medieformat. Trovärdighet handlar om huruvida informationen uppfattas som korrekt, saklig och pålitlig i stunden. Geografisk eller emotionell närhet kan också stärka förtroendet, exempelvis uppfattas lokala medier som mer pålitliga än internationella.

Internationell forskning betonar också vikten av trovärdighet, transparens och oberoende för att bevara publikens förtroende för medier. Populistiska rörelser har ökat skepticismen mot traditionella medier, och förändringar i medielandskapet, inklusive nya distributionsplattformar, gör att publikens medievanor och förväntningar förändras. Visar att mediers användning av sociala medieplattformar påverkar hur publiken uppfattar trovärdighet och kontroll över nyhetsinnehåll (Karlsson & Strömbäck, 2024, s. 356-361). När vi studerar publikens upplevelse av trovärdighet i relation till AI-genererat innehåll är sådana perspektiv på medieförtroende centrala: trovärdighet handlar inte bara om medieorganisationers objektivitet och korrekthet, utan också om hur publiken upplever att medier tar ansvar och är transparenta i sin produktion.

Förtroendet för media grundas på flera aspekter, inklusive mediernas historia, journalistiska kvalitet, transparens, och deras förmåga att tillhandahålla objektiv och pålitlig information (Karlsson & Strömbäck, 2024, s. 355-356). Medier som har en lång tradition av att rapportera korrekt och pålitligt har möjligen större chans att åtnjuta högt förtroende från sin publik

Kärnbegreppet förtroende är nära förbundet med teorier om offentligt engagemang. Eftersom förtroende är en djup och personlig investering från individens sida är det särskilt viktigt att betrakta det som en grundläggande drivkraft för engagemang, skriver Williams (2012, s.116), i sin studie *Trust or Bust?: Questioning the Relationship Between Media Trust and News Attention*.

Studien identifierar tre distinkta typer av medieförtroende:

1. Förtroende för nyhetsinformationen, som rör tilliten till innehållets korrekthet och trovärdighet.

2. Förtroende för dem som levererar nyheterna, ett interpersonellt baserat förtroende riktat mot journalister och andra nyhetsförmedlare.
3. Förtroende för medieföretag, ett institutionellt medieförtroende kopplat till publikens tillit till medieorganisationers strukturer, normer och professionella standarder.

Dessa tre typer samspelar och påverkar i vilken utsträckning publiken uppfattar medier som legitima och tillförlitliga samhällsinstitutioner (2012, s.118-119; Karlsson & Strömbäck, 2024, s. 353-355).

Williams (2012) nämner även i sin studie teorin om användning och tillfredsställelse (*uses and gratifications*) som erbjuder ett relevant teoretiskt ramverk i detta sammanhang. Enligt teorin söker individer aktivt medieinnehåll som uppfyller deras personliga behov och mål. Eftersom publiken är medveten om vilka alternativ som finns tillgängliga väljer de de informationskällor som bäst motsvarar deras behov och värderingar. Detta innebär att de ofta väljer att använda vissa mediekanaler framför andra. Eftersom publiken inte kan ständigt uppmärksamma all information måste de oundvikligen välja vilka informationskällor som ger dem störst nytta (Williams 2012, s.119-120).

Forskning visar att selektiv exponering gör att publiken tenderar att undvika källor som de uppfattar som otillförlitliga, och istället vänder sig till medier de upplever som trovärdiga. Detta stärks av Williams (2012, s.119-120), som i sin studie visar att graden av tillit till en nyhetskälla i hög grad påverkar hur mycket uppmärksamhet publiken väljer att ge den. Enligt Williams (2012, s.119-120) är förtroende en avgörande faktor som styr vilka nyhetskällor individer prioriterar, och nyhetsmaterial som uppfattas som trovärdigt får konsekvent mer uppmärksamhet än material som bedöms som mindre pålitligt.

Sammantaget innebär detta att publikens uppmärksamhet i stor utsträckning formas av deras förtroende för en källa. Källor som upplevs som tillförlitliga tenderar att få större genomslag, medan källor som väcker tveksamhet riskerar att ignoreras eller väljas bort.

6. Metod

Denna studie använder en kvalitativ ansats för att undersöka hur AI påverkar journalistikens trovärdighet i nyhetsflödet. Den kvalitativa metoden valdes för att möjliggöra en fördjupad förståelse av nyhetskonsumenters upplevelser och tolkningar av AI i nyhetsproduktion.

För att samla in data genomfördes semistrukturerade intervjuer med tio nyhetskonsumenter i åldrarna 18–45 år. Intervjuerna fokuserade på deltagarnas syn på AI-genererade nyheter i jämförelse med nyheter skrivna av mänskliga journalister, samt på vilka faktorer de upplever som avgörande för trovärdighet, förtroende och journalistisk kvalitet. Den semistrukturerade intervjumetoden valdes eftersom den möjliggör flexibilitet, exempelvis genom att forskaren kan ställa följdfrågor och anpassa intervjun utifrån deltagarnas resonemang.

Enligt Karlsson och Strömbäck (2019) är kvalitativa metoder särskilt lämpade när forskaren vill undersöka individers upplevelser, tolkningar och uppfattningar av komplexa fenomen, såsom teknologisk utveckling inom journalistiken. De betonar att kvalitativa intervjuer ger möjlighet att fånga nyanser i hur människor förstår och förhåller sig till förändringar i medielandskapet (Karlsson & Strömbäck, 2019, s. 176–185).

Författarna skriver att den semistrukturerade intervjun är ett lämpligt verktyg i denna typ av forskning eftersom den ger en bra balans mellan struktur och flexibilitet. Forskarna kan ställa specifika frågor för att täcka vissa ämnen men också följa upp och anpassa sig till de specifika svar som deltagarna ger. Den semistrukturerade intervjumetoden gör det möjligt att få en djupare inblick i deltagarnas tankar och känslor, vilket gör den till ett bra val när man vill undersöka ämnen där subjektiva upplevelser och personliga reflektioner spelar en viktig roll, som i detta fall när man undersöker AI:s påverkan på journalistik och trovärdighet (Karlsson & Strömbäck 2019, s.176-185).

Karlsson och Strömbäck lyfter också fram att forskaren, i en kvalitativ studie, behöver vara medveten om och reflektera över sina egna förväntningar och tolkningar. Det handlar om att forskaren inte bara samlar data och analyserar utan också måste vara medveten om hur deras egna erfarenheter, värderingar, och förutfattade meningar kan påverka hur de tolkar och förstår det som de undersöker (Karlsson & Strömbäck 2019, s.176-185).

En reflexiv förhållning innebär att vi är medvetna om att deras egna perspektiv inte är neutrala och att detta kan färga forskningen. Genom att reflektera över våra förväntningar och tolkningar försöker vi undvika partiskhet i forskningen. Vi är medvetna om hur våra egna ståndpunkter kan påverka alla delar av forskningen, från insamling av data till analys och slutsatser.

Genom att använda semistrukturerade intervjuer kan forskaren aktivt lyssna och anpassa sina frågor för att få fram mer nyanserade och djupgående svar från intervjupersonerna, vilket ger en rikare förståelse för hur AI påverkar journalistiken i praktiken och hur det uppfattas av de som är involverade i nyhetsflödet (Karlsson & Strömbäck 2019, s.176-185).

6.1 Urval

Urvalet av intervjupersoner har skett genom ett strategiskt urval. Rekryteringen genomfördes via ett tillfälligt inlägg (story) på Instagram, publicerat på våra privata konton. Inlägget kunde därmed ses av våra följare, och flera av intervjupersonerna kom även i kontakt med studien genom rekommendationer och vidare delningar från dessa följare. I inlägget efterfrågades personer som var intresserade av att delta i en studie om AI och nyheter.

Utifrån visat intresse valde vi intervjupersoner som vi inte hade någon personlig anknytning till. För att säkerställa att deltagarna uppfyllde studiens grundläggande urvalskriterier ställdes ett antal inledande kontrollfrågor redan i samband med rekryteringen, exempelvis om de regelbundet konsumerar nyheter samt om de har hört talas om artificiell intelligens (AI). Dessa frågor användes för att avgöra om personerna hade tillräcklig grundläggande erfarenhet för att kunna reflektera över AI i relation till nyhetskonsumtion.

Vi ansåg att det var viktigt att välja personer som har erfarenhet av nyhetskonsumtion, eftersom detta säkerställer att de svar som samlas in är relevanta och kan bidra till att belysa forskningsfrågorna på ett meningsfullt sätt. Intervjupersonerna bedömdes som relevanta då de både konsumerar nyheter regelbundet och har en grundläggande förståelse för vad AI är och hur tekniken kan kopplas till medieinnehåll. Övrig bakgrundsinformation, såsom utbildning, yrke eller sociala förhållanden, användes inte som formella urvalskriterier, men urvalet resulterade ändå i en varierad grupp.

Totalt genomfördes tio intervjuer med män och kvinnor i olika åldrar och med skiftande bakgrunder, arbeten och erfarenheter av nyhetskonsumtion. Vi har valt att intervjua personer i åldrarna 18-45 år för att få en variation i svar och perspektiv på AI. Deltagarna har valts ut för att spegla en bredd av olika perspektiv, vilket innebär att de representerar en mångfald gällande bakgrund, livserfarenheter och synsätt, och därmed bidrar till mångsidighet i de insamlade svaren. För att bevara anonymiteten tilldelas varje deltagare en pseudonym, exempelvis "Anders", "Beatrice", och så vidare. På detta sätt kan deras identiteter hållas konfidentiella och skyddade.

Karlsson och Strömbäck (2019) diskuterar vikten av att använda ett strategiskt urval när man väljer intervjupersoner för en kvalitativ studie. Strategiskt urval innebär att forskaren aktivt väljer deltagare som har relevant erfarenhet och kunskap om det ämne som undersöks, vilket gör det möjligt att samla in data som är meningsfulla och direkt relaterade till forskningsfrågorna. I vår studie kan urvalet inte betraktas som helt strategiskt, eftersom deltagarna själva hörde av sig för att delta. Däremot försökte vi säkerställa relevans genom att inkludera personer med olika bakgrunder och erfarenhet av nyhetskonsumtion, vilket ger ett bredare perspektiv på forskningsfrågorna.

Karlsson och Strömbäck (2019, s. 176–185) betonar vikten av ett mångsidigt urval som speglar olika perspektiv för att möjliggöra en bredare förståelse av det undersökta fenomenet. I denna studie har tio personer i åldrarna 18–45 år intervjuats för att undersöka hur AI påverkar upplevelser av journalistik och trovärdighet. Detta åldersurval kan betraktas som välgrundat, då det omfattar individer med varierande erfarenheter av nyhetskonsumtion och digital teknik. Samtidigt bör urvalet problematiseras, då deltagarna själva tog initiativ till att delta i studien. Detta innebär att urvalet inte fullt ut kan beskrivas som strategiskt i strikt metodologisk mening, eftersom forskaren inte aktivt valde ut specifika individer. Självrekryteringen kan ha medfört att personer med ett särskilt intresse för AI eller journalistik i högre grad valde att delta, vilket kan påverka variationen i materialet. Trots detta har studien genom att inkludera deltagare med olika bakgrunder och livserfarenheter har studien kunnat fånga ett brett spektrum av uppfattningar kring AI-genererat nyhetsinnehåll, vilket stärker materialets relevans och analytiska bredd.

Det tillvägagångssätt som beskrivs i vår studie, där intervjupersonerna får läsa både AI-genererade och traditionellt mänskligt producerade nyhetsartiklar, speglar en metod som

Karlsson och Strömbäck (2019, s. 190–200) stödjer för att skapa jämförelser mellan olika typer av innehåll. Detta ger deltagarna möjlighet att reflektera över skillnader i uppfattning och trovärdighet, vilket är centralt för att förstå hur AI påverkar journalistiken och nyhetskonsumtionen. Det kvalitativa tillvägagångssättet ger djupare insikter i de subjektiva upplevelserna och värderingarna hos deltagarna, vilket gör det möjligt för forskaren att belysa de nyanser som kan vara svåra att fånga med kvantitativa metoder.

Samtidigt finns begränsningar med intervjumetoden. Respondenterna kan exempelvis vilja framstå i bättre dager eller ge svar som de tror förväntas, vilket kan påverka äktheten i deras uttalanden. Dessutom kan deltagarna ha svårt att objektivt bedöma hur de faktiskt skulle agera i verkliga situationer, vilket innebär att deras reflektioner inte alltid motsvarar faktiska beteenden i nyhetskonsumtion. Dessa faktorer bör beaktas vid tolkningen av resultaten.

Våra deltagare:

18-24 år	25-30 år	31-39 år	40-45 år
Sara	Erik	Anna	Isak
Farah	Hugo	Beatrice	
Gustav	Jessica	Jonas	

Översikt över respondenternas nyhetskonsumtion per vecka och typ av nyhetskonsumtion (ex. digitala nyheter, TV, sociala medier)

Anna	Dagligen	digitala nyheter, TV, Sociala medier
Beatrice		
Erik	Dagligen	digitala nyheter, TV
Farah	Dagligen	digitala nyheter, sociala medier

Gustav	Dagligen	digitala nyheter, sociala medier
Hugo	5 dagar om veckan	digitala nyheter, TV, sociala medier
Isak	4 dagar om veckan	digitala nyheter, sociala medier
Jessica	4–5 dagar om veckan	digitala nyheter, sociala medier
Jonas	Dagligen	digitala nyheter, TV, sociala medier
Sara	3 dagar om veckan	digitala nyheter, sociala medier

Under intervjuerna fick deltagarna läsa både AI-genererade och icke AI-genererade nyhetsartiklar för att kunna jämföra och ge sina åsikter om de olika typerna av innehåll, se (bilaga 12.3) under kapitlet ”Bilagor”. De AI-genererade artiklarna som var tillgängliga var dock enbart om sport, vilket innebär att vi endast kunde analysera och jämföra nyheter inom det området, där vi ställde de icke AI-genererade sportartiklarna mot de AI-genererade. Detta tillvägagångssätt syftar till att få en bättre förståelse för hur intervjupersonerna uppfattar och reagerar på AI-genererat innehåll i relation till traditionellt, mänskligt producerat nyhetsinnehåll.

Denna metod som beskrivs i vår studie, där intervjupersonerna får läsa både AI-genererade och traditionellt mänskligt producerade nyhetsartiklar, speglar också en metod som Karlsson och Strömbäck kan stödja i syfte att skapa en jämförelse mellan olika typer av innehåll. Detta ger deltagarna möjlighet att reflektera över skillnader i uppfattning och trovärdighet, vilket är centralt för att förstå hur AI påverkar journalistiken och nyhetskonsumtionen. Det kvalitativa tillvägagångssättet ger djupare insikter i de subjektiva upplevelserna och värderingarna hos

deltagarna, vilket gör det möjligt för forskaren att belysa de nyanser som kan vara svåra att fånga med kvantitativa metoder (Karlsson & Strömbäck 2019, s. 190-200).

Trots att intervjumetoden möjliggör djupgående förståelse av deltagarnas upplevelser och resonemang finns det även tydliga begränsningar. En central nackdel är risken för social önskvärdhet, där respondenterna kan anpassa sina svar för att framstå som mer kritiska, tekniskt kunniga eller reflekterande än de faktiskt är. Detta kan vara särskilt relevant i studier om AI och journalistik, där ämnet kan uppfattas som normativt laddat. Vidare bygger intervjuer på deltagarnas självrapporterade uppfattningar, vilket innebär att de inte nödvändigtvis speglar hur individer faktiskt agerar i verkliga nyhetssituationer. Respondenterna kan exempelvis ha svårt att medvetet identifiera hur de bedömer trovärdighet i vardagen eller i vilken utsträckning AI påverkar deras nyhetskonsumtion. Dessa metodologiska begränsningar innebär att resultaten bör tolkas med försiktighet och ses som uttryck för upplevda attityder snarare än faktiska beteenden (Karlsson & Strömbäck 2019, s. 194–197).

6.2 Samtycke och etiska överväganden

Innan intervjuerna genomfördes fick alla deltagare ta del av och underteckna en samtyckesblankett, se under kapitlet ”Bilagor” (bilaga 12.2). I denna blankett informeras deltagarna om studiens syfte, hur deras svar kommer att användas, samt om deras rätt att när som helst avbryta deltagandet utan några specifika konsekvenser. Deltagarna informerades också om att all insamlad data skulle hanteras konfidentiellt och att deras identitet skulle skyddas genom användning av pseudonymer.

Vidare, enligt Karlsson och Strömbäck, är användningen av pseudonymer och anonymitet också en viktig etisk övervägning i kvalitativ forskning. De betonar att skyddet av deltagarnas identitet är avgörande för att upprätthålla förtroendet och tryggheten hos deltagarna, vilket gör det möjligt för dem att uttrycka sina åsikter fritt utan rädsla för negativa konsekvenser (Karlsson & Strömbäck 2019, s. 176-185).

Etiska överväganden har varit centrala i studien, och vi har följt de riktlinjer som gäller för etisk forskning, inklusive att säkerställa att inga deltagare utsätts för några skadliga effekter genom deras deltagande. Karlsson och Strömbäck (2019) betonar vikten av etiska

överväganden i kvalitativ forskning, särskilt att informera deltagarna om studiens syfte och få deras samtycke innan deltagandet. De framhåller också att deltagarna måste vara medvetna om sina rättigheter, inklusive rätten att avbryta utan specifika konsekvenser, vilket stämmer överens med den aktuella studiens tillvägagångssätt. Användningen av pseudonymer för att skydda deltagarnas anonymitet överensstämmer med deras riktlinjer, som betonar att forskaren måste säkerställa konfidentialitet för att skydda deltagarnas integritet (Karlsson & Strömbäck 2019, s. 210-220).

6.3 Genomförande av intervjuer

Intervjuerna genomfördes antingen personligen eller via videolänk, beroende på deltagarnas preferenser och tillgång till tekniska resurser. Samtliga intervjuer varade i cirka 50 minuter och spelades in efter informerat samtycke från deltagarna. Inspelningarna möjliggjorde noggrann transkribering och analys av materialet. Under intervjuerna fördes även kompletterande anteckningar för att fånga nyanser, betoningar och spontana reflektioner som inte alltid framgår av ljudinspelningar.

Som en central del av intervjuerna presenterades deltagarna för två nyhetsartiklar inom samma ämnesområde: ishockey. Den ena artikeln var AI-genererad, medan den andra var skriven av en mänsklig journalist. Båda artiklarna publicerades under samma tidsperiod (november 2024) och behandlade aktuella händelser kopplade till Sundsvall Hockey. Artiklarna valdes medvetet för att vara jämförbara i fråga om ämne, längd och nyhetsformat, men skilja sig åt i fråga om avsändare (se bilaga 12.3).

Anledningen till att sportjournalistik valdes var att detta var den enda nyhetskategori där hela artiklar i det aktuella mediematerialet var fullt AI-genererade. Inom andra nyhetsområden, såsom politik eller samhällsnyheter, användes AI främst för att producera sammanfattningar snarare än fullständiga artiklar. För att kunna undersöka publikens upplevelse av AI som faktisk skribent, och inte enbart som stödverktyg, bedömdes sportartiklar därför vara det mest relevanta empiriska underlaget.

Även om sportjournalistik i sig inte nödvändigtvis uppfattas som det mest samhällsengagerande nyhetsområdet, bedömdes artiklarna ändå vara lämpliga för studiens syfte. Intervjupersonerna uppgav att de konsumerar nyheter regelbundet, vilket innebar att de hade vana av att läsa och värdera journalistiskt innehåll. Fokus i intervjuerna låg därför inte

på sportintresset i sig, utan på hur artiklarnas utformning, avsändare och berättarstil påverkade upplevelser av trovärdighet och förtroende.

6.4 Intervju innehåll

Under intervjuerna fick deltagarna läsa båda artiklarna och uppmanades därefter att reflektera över likheter och skillnader mellan dem. De fick beskriva vilken artikel de föredrog, varför de gjorde detta val samt hur de upplevde artiklarnas trovärdighet, engagemang och kvalitet. På detta sätt fungerade artiklarna som ett konkret diskussionsunderlag för att undersöka hur AI-genererat respektive mänskligt producerat nyhetsinnehåll uppfattas av publiken.

Intervjuerna genomfördes med hjälp av ett semistrukturerat frågeformulär (se bilaga 12.1). Frågorna var utformade för att successivt gå från breda resonemang om nyhetskonsumtion till mer specifika reflektioner kring AI och journalistik. Inledningsvis ställdes frågor om deltagarnas nyhetsvanor, mediekonsumtion och syn på trovärdighet, i syfte att skapa kontext kring deras relation till nyheter och medier.

Därefter introducerades frågor om artificiell intelligens, deltagarnas kännedom om AI och deras spontana attityder till tekniken. I detta skede klargjordes även vad som i studien avsågs med AI, nämligen generativ AI som kan producera textbaserat nyhetsinnehåll.

När artiklarna presenterades fördjupas samtalet kring skillnader mellan AI-genererat och icke AI-genererat innehåll. Frågorna fokuserade bland annat på hur deltagarna uppfattade innehållets trovärdighet, vem de upplevde som avsändare, samt hur ansvar, transparens och mänsklig närvaro påverkade deras bedömningar. Dessa frågor var direkt kopplade till studiens teoretiska ramverk, särskilt teorier om medieförtroende och dess tre dimensioner: förtroende för nyhetsinformationen, förtroende för dem som levererar nyheterna samt förtroende för medieföretag som institutioner.

Genom att låta deltagarna resonera fritt kring artiklarna och AI:s roll i journalistiken skapades ett empiriskt material som möjliggjorde analys av hur dessa teoretiska begrepp tar sig uttryck i publikens egna upplevelser och bedömningar.

6.5 Dataanalys

Efter intervjuerna transkriberades de inspelade samtalen ordagrant. Transkriptionerna utgjorde underlaget för en tematisk analys, som användes för att identifiera och analysera

återkommande teman och mönster i deltagarnas svar. Analysen genomfördes med stöd av Nowell et al.s (2017) sexstegsmodell för tematisk analys, eftersom modellen erbjuder en tydlig och systematisk struktur för att arbeta med kvalitativt intervjumaterial.

Steg 1: Bekantning med materialet

Vi läste igenom samtliga transkriptioner flera gånger för att få en helhetsförståelse av vad deltagarna betonade i sina resonemang om AI i nyhetsproduktion, trovärdighet och förtroende. Under läsningen markerade vi formuleringar som återkom hos flera respondenter eller som var särskilt tydliga i hur de motiverade sina bedömningar.

Steg 2: Kodning

Därefter kodade vi materialet genom att markera meningsbärande delar av texten och ge dem korta kodnamn. Kodningen syftade till att fånga sådant som respondenterna återkom till när de beskrev vad som skapar (eller minskar) trovärdighet och förtroende för nyheter, särskilt i relation till AI-genererat innehåll.

Vi identifierade följande centrala koder:

- korrekthet och faktakontroll
- objektivitet / inte vinklat
- tydliga källor / var kommer informationen ifrån
- transparens om AI-användning (märkning)
- ansvar / någon ska kunna hållas ansvarig
- mänsklig avsändare (journalist)
- journalistiskt omdöme och kontext
- djup och nyanser

- personligt berättande / intervjuer
- AI upplevs generell / “robotisk” / opersonlig
- AI som stödverktyg (inte ersättare)
- oro för desinformation / missbruk
- effektivitet och snabbhet som fördel
- risk: produktion/volym före kvalitet

Steg 3: Organisering av koder till teman

Efter kodningen organiserade vi koderna i större teman genom att sammanföra koder som handlade om samma övergripande aspekt av förtroende och trovärdighet. För att skapa en tydlig koppling mellan teori och analys lät vi temana följa de tre teoretiska dimensionerna av medieförtroende som vi använder i teorikapitlet: förtroende för nyhetsinformationen, förtroende för dem som levererar nyheterna samt förtroende för medieföretag.

Steg 4: Granskning av teman

Vi jämförde temana mot originalmaterialet och kontrollerade att varje tema stöddes av flera delar i intervjuerna. Vi justerade tema gränserna när vissa koder överlappas och flyttade koder till det tema där de passade bäst.

Steg 5: Definiering och namngivning av teman

När temana var stabila formulerade vi vad varje tema innebär och hur det kopplas till studiens frågeställningar. Temana namngavs så att de tydligt speglar det återkommande innehåll som respondenterna lyfte fram.

Steg 6: Framställning av analysen

Slutligen skrev vi analysen genom att tolka temana med hjälp av vårt teoretiska ramverk. I analyskapitlet används de tre förtroende dimensionerna som struktur och vi visar hur respondenterna resonerar kring trovärdighet, ansvar och AI:s roll i nyhetsproduktionen.

Översikt över koder och teman

Tema (kopplat till teori)	Exempel på koder som ingår
Förtroende för nyhetsinformationen (tillit till innehållets kvalitet)	korrekthet och faktakontroll, objektivitet/inte vinklat, tydliga källor, journalistiskt omdöme och kontext, djup och nyanser, personligt berättande/intervjuer, AI upplevs generell/robotisk
Förtroende för dem som levererar nyheterna (tillit till journalister/avsändare)	mänsklig avsändare, ansvar/kunna hållas ansvarig, personligt val på hur nyheten skrivs, "mänsklig närvaro", AI som stödverktyg (inte ersättare)
Förtroende för medieföretag (tillit till institutioner och rutiner)	transparens om AI-användning/märkning, risk: kvantitet före kvalitet, oro för desinformation/missbruk, redaktionellt ansvar, effektivitet/snabbhet som fördel (när det sker med kontroll)

Tematisk analys kan vara väldigt hjälpsamt när det kommer till forskning, men inte alltid eftersom den kontrolleras av olika faktorer. Fördelar med tematisk analys är flexibilitet eftersom metoden kan användas i olika forskningssammanhang. Teoretisk obundenhet, kan exempelvis användas både inom induktiva och deduktiva ansatser. Samtidigt som den hjälper till att skapa en djup förståelse och identifierar meningsfulla teman i kvalitativt samlat material (Nowell et al., 2017, s.2).

Nackdelar med tematisk analys är subjektiviteten. Eftersom analysen bygger på forskarens tolkning kan den påverkas av personliga uppfattningar. Det finns också risk för övertolkning

när teman kan konstrueras på ett sätt som inte nödvändigtvis speglar hela materialet utan bara en del av det (Nowell et al., 2017, s.2).

Denna analysmetod möjliggjorde en systematisk granskning av intervjumaterialet för att kunna dra slutsatser om de viktigaste frågeställningarna som studien behandlar. Genom denna metod ansåg vi att vi kunde fånga både de gemensamma och individuella aspekterna av deltagarnas erfarenheter och perspektiv. Karlsson och Strömbäck (2019) lyfte fram vikten av att använda flexibla metoder i kvalitativa studier, såsom att anpassa intervjumetoden till deltagarnas preferenser, vilket stämmer med valet att genomföra intervjuer både personligen och via videolänk. De betonar även betydelsen av att dokumentera och spela in intervjuer för att inte missa viktiga detaljer och för att kunna transkribera materialet för vidare analys. Vidare är deras beskrivning av tematisk analys i linje med det tillvägagångssätt som används i denna studie för att identifiera och kategorisera mönster och teman i deltagarnas svar. Denna systematiska metod är en effektiv strategi för att både fånga gemensamma och individuella upplevelser, som Karlsson och Strömbäck förespråkar i kvalitativa undersökningar (Karlsson & Strömbäck 2019, s. 215-225).

6.6 Reflektion kring underlagets relevans

Det empiriska underlaget, bestående av två jämförbara sportartiklar och djupintervjuer med tio nyhetskonsumenter, bedöms vara tillräckligt för att besvara studiens syfte och frågeställningar. Genom att använda konkreta artiklar som diskussionsunderlag skapades förutsättningar för deltagarna att göra informerade och reflekterade bedömningar av AI-genererat respektive mänskligt producerat innehåll.

Samtidigt innebär valet av sportjournalistik vissa begränsningar, då resultaten inte nödvändigtvis kan överföras till andra typer av nyheter, såsom politisk eller granskande journalistik. Trots detta möjliggör underlaget en fördjupad analys av hur AI:s närvaro påverkar publikens upplevelse och syn av trovärdighet och förtroende, vilket ligger i linje med studiens övergripande syfte.

7. Resultat

I denna del av studien presenteras resultaten från en kvalitativ undersökning om hur AI-genererat nyhetsinnehåll påverkar läsarens förtroende för journalistiken. Resultaten från denna studie belyser både de positiva och negativa aspekterna av AI:s inverkan på förtroendet för journalistiken, samt olika faktorer, såsom transparens och källkritik, påverkar läsarens attityder.

7.1 Trovärdighet är nummer ett

Trovärdighet är ett gemensamt tema som genomsyrar svaren från flera av de intervjuade. Frågan som ställdes var: ”Litar du på nyheter? Hur tar du reda på om de är sanna eller inte?” För Anders är det absolut viktigast att den information han får är korrekt och inte baserad på rykten eller spekulationer. Han värdesätter snabbhet, men föredrar att nyheterna är väl undersökta istället för att komma ut snabbt. Han är också noga med att dubbelkolla information från olika källor, särskilt om något verkar konstigt eller sensationistiskt. En etablerad källa är alltid en trygghet för honom. En etablerad källa är alltid en trygghet för honom:

“Trovärdighet är absolut viktigast för mig. Jag vill vara säker på att den information jag får är korrekt och inte bara rykten eller spekulationer.” – Anders, svar på frågan om nyheternas korrekthet och tillförlitlighet

Beatrice håller också trovärdighet som det allra viktigaste. När hon söker nyhetskällor letar hon efter sådana som har ett bra rykte och gör grundlig research. Dessutom värdesätter hon att källorna är objektiva och inte har en tydlig politisk agenda:

“Jag vill vara säker på att den information jag får är korrekt och välgrundad”. – **Beatrice**

Carl uttrycker liknande tankar, men tillägger att han även söker källor som ger en balanserad bild och inte presenterar nyheterna från en viss politisk hållning. För honom är det också viktigt att källorna är transparenta med sina metoder och källor, vilket stärker trovärdigheten ytterligare:

Det skulle väl absolut för det första vara trovärdighet. Men det handlar nog om när det kommer till nyheter som inte är fotbollsnyheter. När det handlar om politiska nyheter. Då är det trovärdighet som är det viktigaste. – **Carl**

Denise sammanfattar sitt synsätt enkelt med att trovärdighet är "hundra procent" det viktigaste, och att nyheterna inte får vara vinklade på något sätt. Hon anser att objektivitet är avgörande för att kunna lita på en källa:

"Trovärdighet hundra procent. Informationen bör vara objektiv och inte är vinklad på något sätt." – **Denise**

Gustav funderar på olika aspekter när han bedömer trovärdigheten i nyheter. Han tänker bland annat på hur långt ifrån i tid nyheten har rapporterats och vem som har skrivit den. Han är också uppmärksam på vilken typ av tidning det är och om tidningens politiska bakgrund kan påverka rapporteringen:

"Jag vet att nyheters trovärdighet inte bara handlar om vad som sägs, utan också om när det sägs, vem som säger det och varför." – **Gustav**

Alla personer som blev intervjuade delade samma åsikt. Sammanfattningsvis visade intervjuerna att trovärdighet är det viktigaste för de flesta när de väljer vilka nyhetskällor de litar på. De ansåg också att objektivitet, transparens och grundläggande forskning är viktiga faktorer för att stärka nyheternas trovärdighet. Vidare betonade de att när de bedömer trovärdigheten i nyheter är det avgörande att ta hänsyn till när nyheten rapporterades, vem som skrev den och vilken typ av tidning det handlar om. De lyfte även fram att tidningens politiska bakgrund kan påverka hur rapporteringen utformas.

7.2 AI-genererat eller icke AI-genererad journalistik

Som tidigare nämnt i vår studie fick våra intervjupersoner ta del av två sportartiklar att jämföra och välja vilken de föredrog samt motivera varför. Intervjupersonernas svar presenterar vi under detta tema.

När vi frågade Farah att läsa artiklarna och välja vilken artikel hon tyckte om, var det tydligt att hon tyckte om den icke AI-genererade artikeln:

Det jag tolkar är att den första texten är mer allmän och den andra handlar om en person. Jag tycker om när det är mer personligt. Det är för att jag inte är intresserad av sport. Jag tycker det är mer intressant när det är lite djupare artiklar med intervjuer. – **Farah**

De övriga intervjupersonernas svar skilde sig inte mycket från Farahs:

Den andra artikeln känns lite mer intervjurik, om man kan kalla det så. Det känns mer som att man ser frågorna som ställs och ser svaren. Medan den första artikeln är mer som reportage av hela matchen. – **Hugo**

Jag märkte att skillnaden var att den ena var mycket mer personlig baserad än den andra. Jag tror att den första artikeln gav mig en överblick på något hockeyspel, och den andra artikeln intervjuade den skadade mannen. Den var lite mer intressant för det handlade om en person och man kan se sig själv i intervjun. – **Gustav**

När Isak gav ett liknande svar som de andra intervjupersonerna motiverade han även varför han föredrog den andra artikeln. Hans resonemang sammanfattar också varför samtliga intervjupersoner tyckte likadant:

“Anledningen till varför jag valde den andra artikeln är nog kanske för att det känns som att det är en människa som skriver texten .” – **Isak**

7.3 Människan är viktig

Temat ”människan är viktig” belyser människans centrala roll i nyhetsproduktion i en tid då teknologin, och särskilt artificiell intelligens, blir allt mer närvarande. I intervjuerna framkom två nivåer av resonemang: dels allmänna reflektioner om AI:s roll och behovet av mänsklig kontroll, dels konkreta exempel där deltagarna kommenterade specifika nyhetsartiklar.

Många deltagare betonade att människan bör behålla kontrollen över AI och nyhetsinnehåll. De uttryckte oro för att AI kan påverka förståelsen av kontext och mänskliga känslor, samt för att felaktig eller partisk information kan spridas om algoritmer används utan tillräcklig mänsklig granskning.

Denise beskriver detta generellt:

AI kan vara dåligt om det används för att skapa överdrivna rubriker eller sprida falsk information utan att kolla fakta. Det kan också ta bort den mänskliga delen, som att förstå sammanhang och känslor i en berättelse. – **Denise**

Här menar Denise att AI kan “hitta på” eller överdriva information genom att den inte alltid kan kontrollera källor och kontext, vilket gör mänsklig granskning viktig.

Erik och Gustav gav exempel kopplade till specifika nyheter:

Erik betonar behovet av mänsklig närvaro när nyheter baseras på personliga upplevelser eller rapporter från människor på plats. Han förklarar att AI-artiklar ofta saknar tydlig källa, vilket gör det svårt att förstå ursprunget till informationen:

Jag vill ha det här med mänskliga touch, att bara läsa någon nyhet. För nyheter kommer oftast utifrån upplevelser, att personer är på plats eller att personer har fått in rapporter. Medan med AI vet man inte vart all information kommer ifrån. Det gör det svårare att veta exakt vad bakgrunden med nyheten är. – **Erik**

Erik menar alltså att AI inte alltid tydligt anger källor, vilket kan uppfattas som att informationen “hittas på” eller saknar verifierbarhet. Detta kan undergräva förtroendet för innehållet.

Gustav framhöll att mänsklig närvaro är särskilt viktig i politiska artiklar, där förståelse för mänskliga känslor och sammanhang krävs:

Ifall det är en politisk artikel, skulle jag inte vilja att politiker är robotar.

Där behöver vi en mänsklig närvaro, eftersom människor vet hur vi fungerar. Eller har en igenkänning till varandra. Jag tror inte att AI har det och kan bli bättre på det, men inte hittills. – **Gustav**

Gustav poängterar att AI saknar den sociala och emotionella igenkänningen som behövs för att tolka svårare frågor i politiska sammanhang.

Hugo föredrar artiklar skrivna av människor eftersom de innehåller en mänsklig inblandning och konstnärlig känsla, vilket gör läsningen mer engagerande. AI kan vara användbart för kortare texter, men förlorar den mänskliga interaktionen och kontexten som gör nyheter och berättelser intressanta.

Det är roligare att läsa nyheter skrivna av en människa, eftersom det finns en konstform i att skriva, liksom musik eller noveller. AI kan vara bra för korta texter, men det saknas den mänskliga interaktionen och kontexten som gör artiklar intressanta. – **Hugo**

7.4 Bra hjälpmedel, men...

I relation till AI och vikten av information, anser intervjupersonerna att AI kan underlätta informationshantering och sprida nyheter snabbare. Dock påpekar de också risker, som spridning av desinformation och behovet av noggrann granskning. AI anses som ett hjälpmedel, men det är viktigt att vara kritisk och säkerställa att den information som AI genererar är korrekt.

Beatrice uttrycker en positiv inställning till användning av AI för att påskynda nyhetsproduktionen och ge snabb information, men betonar vikten av att människor fortfarande är involverade för att säkerställa att innehållet är nyanserat och korrekt. Vidare anser hon att källkritik är avgörande för att läsarna ska kunna förstå och värdera innehållet samt vilket ansvar som ligger bakom det.

Om AI kan hjälpa till att påskynda nyhetsproduktionen och ge snabb information, så är det bra. Men jag tycker att det är viktigt att människor fortfarande är involverade för att säkerställa att innehållet är nyanserat och korrekt. Jag tycker också att det är viktigt att vara källkritisk. Det skulle göra det lättare för läsarna att förstå vilken typ av innehåll de konsumerar och vilket ansvar som ligger bakom det – **Beatrice**

Farah betonar vikten av att granska AI:s resultat noggrant och lär ut betydelsen av kritiskt tänkande för yngre generationer.

AI kan också skapa desinformation. Man måste kontrollera att det är sant, och se AI som en extra kollega. Idag krävs mer granskning än tidigare, och det är viktigt att lära den yngre generationen att vara kritiska. – **Farah**

Hugo ser fördelar med att AI kan sammanställa och analysera fler källor samtidigt, och även hjälpa inom medicin och forskning. Han tror också att AI kan vara mer objektivt än människor.

AI kan snabbt samla fler källor och dra slutsatser, vilket är positivt för att göra välgrundade bedömningar. Det är hjälpsamt för plugg och forskning, särskilt inom medicin. Jag är inte van vid det, men tror att robotar kan vara bättre på att hålla objektivitet än människor, som ofta är grundade av sina egna erfarenheter. AI baseras på fakta, vilket är positivt. – **Hugo**

Isak påpekar att AI kan öka produktiviteten i media, men även skapar en risk för att vissa journalister blir ersatta.

AI är positivt eftersom det underlättar i att få ut medietexter. Alltså snabbare än en människa. Men det är väl bra i syftet att öka produktionen och avkastningen för de som äger mediehusen. Alltså vissa människor gynnar sig av det där samtidigt som andra faktiska reportrar missgynnas av. Det blir mindre jobb för människor. Det är en väldigt negativ del av det, tror jag. – **Isak**

Denise anser att AI kan ha negativa konsekvenser om det ersätter människor i journalistiken, särskilt genom att skapa förenklade nyheter som inte ger en djupare förståelse. Hon betonar också vikten av att vara medvetna om när artiklar är AI-genererade för att öka källkritiskt tänkande och förtroende för medierna.

Jag tror att AI kan vara negativt om det ersätter människor helt inom journalistiken. Det finns en risk att AI skapar förenklade och snabba nyheter utan att ta hänsyn till större eller svårare samhällsfrågor, vilket kan göra nyheterna mer ytliga och mindre givande. Det är viktigt att vi vet om en artikel är AI-genererad, så att vi kan vara mer medvetna om källan och informationen. Det skulle också skapa ett källkritiskt tänkande och ökat förtroende om medier var öppna med det. – **Denise**

De intervjuade har olika åsikter om AI:s roll i nyhetsproduktionen. Vissa ser det som en positiv utveckling som kan underlätta processen och ge snabb information, men betonar vikten av att människor fortfarande är involverade för att säkerställa nyanser och korrekthet samt att vara källkritiska. Andra är oroad för att AI kan ersätta människor inom journalistiken, vilket kan leda till förenklade och ytliga nyheter. Det framgår också att det är viktigt att vara medveten om när en artikel är AI-genererad för att öka förtroendet. Flera uttrycker tveksamhet och skepticism mot AI, särskilt när det gäller snabbheten och brist på tydliga källor, och ser det som ett potentiellt hot mot nyheternas kvalitet och autenticitet.

7.5 Framtida risker och missbruk av AI

Våra intervjupersoner uttryckte en tydlig rädsla inför framtiden och reflekterade över hur AI kan missbrukas av människor på olika nivåer, vilket i sin tur kan försämra nyhetsrapportering. Med "människor" menar de framför allt journalister, redaktionspersonal och andra aktörer som producerar eller sprider nyheter, men också personer som kan använda AI för att manipulera innehåll utan ansvar.

Farah uttrycker oro över att AI kan ersätta människors arbetsuppgifter, exempelvis inom illustration och textproduktion, vilket kan förändra arbetsmarknaden inom mediebranschen:

Det är läskigt att AI tar över på det sättet. Det kommer göra att folk blir av med sina jobb. Man kommer kunna använda AI till exempel som illustratör, rita till böcker och sånt. Eller att skriva texter, och allt möjligt. – **Farah**

Farah kopplar här in både den ekonomiska och yrkesmässiga aspekten, där AI kan ersätta journalister och kreativa yrkesroller. Detta skapar en potentiell risk för minskad mänsklig kontroll över innehållet, vilket i förlängningen kan påverka nyheternas kvalitet och trovärdighet.

Gustav och Hugo diskuterade AI:s påverkan på nyheternas trovärdighet. De menar att nyhetsmedier redan befinner sig i en situation där pålitligheten är hotad, och att AI kan förvärra problemet om den används av personer med dåliga intentioner, exempelvis aktörer som sprider falsk information eller skapar sensationella nyheter utan ansvar.

“Det gör mig orolig. För nyheter är redan nu på ett farligt ställe. Jag ser det. Om man nu ska blanda in AI i det så tror jag det kommer bli mycket värre.” – **Hugo**

Vi frågade hur Hugo menade att AI skulle kunna användas felaktigt. Han förtydligade att problemet inte bara är tekniken i sig, utan vem som kontrollerar den, och att AI i händerna på journalister, redaktioner eller externa aktörer utan etiska riktlinjer kan förstärka spridningen av felaktig eller partisk information:

Det är väl det som skrämmer en, att vem som helst i egentligen kan gå in och använda AI mer än att skriva en artikel om att schimpanser finns i rymden på ett trovärdigt sätt. Men oavsett tror jag att AI kommer att fortsätta finnas. Vi människor måste bara lära oss att använda det som ett verktyg istället för ett fiende och använda det ansvarsfullt. – **Gustav**

Hugo har en annan syn på hur AI kan missanvändas i det journalistiska arbetet. Han uttrycker att journalister ska utföra alla sina arbetsuppgifter själva utan hjälp av AI.

Det är du som gör det arbetet. Om du använder dig av AI så tycker jag inte att du är en journalist över huvud taget. Du som journalist har ansvaret att göra dina arbetsuppgifter. Det är väl det hela journalistiska arbetet går ut på? Om du lämnar det ansvaret över till en AI så tycker jag att du inte borde vara journalist. – **Hugo**

Gustav och Hugo lyfter alltså fram två aspekter: dels risk för missbruk av AI av individer eller organisationer, dels konsekvenser för nyhetsrapporteringens trovärdighet. Detta visar på behovet av mänsklig övervakning, transparens och etiska riktlinjer för AI i journalistiken.

Enligt Isak är AI programmerad av en människa, vilket innebär att människors värdering integreras i systemet. På så sätt utvecklas inte AI självständigt, utan förstärker istället de värderingar den har programmerats med.

Det negativa är just det att det kan vara format av värderingar som redan existerar i samhället. Eftersom det är en robot och den är skapad av människan, i en orättvis värld. Alltså AI kan

inte göra världen rättvis. För att göra världen rättvis och skapa en medierapportering som är mer etisk medveten än vad som finns i mainstream medierna idag, så behövs det människor med mänsklig kunskap. – **Isak**

Hugo lyfter också upp sina önskningar om de framtida journalisterna för att förtroendet och trovärdigheten för nyhetsrapportering inte försämras på grund av AI.

Jag hoppas verkligen att den här nya generationen av journalister som pluggar och studerar verkligen tar tag i det, jag tycker det är viktigt. Att de inte ska förlora sig själva i den AI världen och håller sig till vad som faktiskt är konst i journalistiken och trovärdigheten.

– **Hugo**

Sammanfattningsvis har våra intervjupersoner uttryckt rädsla inför framtidens nyhetsrapportering och för vissa yrken på grund av AI:s ökande närvaro. De känner oro över att framtidens nyhetsrapportering inte längre kommer att vara trovärdig eller att produceras av människor. Enligt intervjupersonerna kommer detta att påverka både trovärdigheten och förtroendet för framtida nyheter.

8. Analys

Detta kapitel syftar till att analysera studiens resultat med hjälp av teoretiska perspektiv som presenteras i teorikapitlet med särskilt fokus på medieförtroende och medielogik. Analysen utgår från hur tio nyhetskonsumenter upplever användningen av AI i nyhetsproduktionen samt vilka aspekter de uppfattar som avgörande när de bedömer trovärdigheten i AI-genererade jämfört med icke AI-genererade nyheter.

Som analytiskt ramverk används indelningen av medieförtroende i tre dimensioner: förtroende för nyhetsinformationen, förtroende för dem som levererar nyheterna samt förtroende för medieföretag som institutioner (Karlsson & Strömbäck, 2024; Williams, 2012). Dessa dimensioner används för att strukturera analysen och för att synliggöra hur olika former av förtroende påverkas när AI introduceras i journalistisk produktion.

Resonemanget kan även kopplas till förtroende för journalister och medieorganisationer, eftersom den mänskliga journalisten uppfattas som bättre rustad att skapa sammanhang, ställa

frågor och förmedla mänskligt perspektiv. Avsaknaden av dessa element i AI-genererat innehåll kan därmed påverka publikens upplevelse av trovärdighet, inte nödvändigtvis på grund av faktainnehållet, utan på grund av hur nyheten presenteras och tolkas. Detta visar att trovärdighet för publiken inte enbart är kopplad till korrekt information utan även till journalistiska kvaliteter som förknippas med mänskligt omdöme och erfarenhet.

Avslutningsvis sammanfattas hur respondenternas upplevelser av AI relaterar till etablerad medielogik och journalistisk normer.

8.1 Förtroende för nyhetsinformationen

Förtroende för nyhetsinformationen avser publikens tillit till att innehållet är korrekt, relevant och tillförlitligt. Enligt Karlsson och Strömbäck (2024) samt Strömbäck (2019) utgör denna dimension en central del av medieförtroendet, då den handlar om hur mottagaren bedömer själva nyhetsinnehållets kvalitet oberoende av avsändare och institutionella strukturer. I relation till AI-genererad journalistik aktualiseras denna dimension särskilt genom frågor om korrekthet, nyansering och begriplighet.

Analysen av studiens resultat visar att respondenternas bedömningar av AI-genererat innehåll i hög grad påverkas av hur innehållet uppfattas vara utformat och presenterat. AI-genererade texter beskrivs ofta som generella, mindre nyanserade och mer faktaredovisande, vilket påverkar hur meningsfullt och trovärdigt innehållet upplevs. Detta kan förstås som en bedömning av nyhetsinformationens kvalitet snarare än av dess faktiska korrekthet. Respondenterna uttrycker sällan att informationen i sig är felaktig, men att den saknar djup, sammanhang och värderande inslag.

I materialet framträder också uppfattningar om att AI-genererat innehåll upplevs som mindre engagerande, eftersom det i lägre grad förmedlar personliga perspektiv och fördjupande berättande. Respondenterna beskriver att mänskligt skrivna artiklar ofta upplevs som mer intressanta och meningsfulla, särskilt när de fokuserar på individer, intervjuer och sammanhang snarare än enbart på händelseförlopp. Denna skillnad i upplevelse pekar på att publikens bedömning av trovärdighet inte enbart grundas i faktainnehåll, utan i hur informationen gestaltas och förmedlas.

Detta kan förstås i relation till förtroende för nyhetsinformationen, där innehållets djup, struktur och berättarform spelar en avgörande roll för hur trovärdig och relevant artikeln

upplevs. När AI-genererade texter uppfattas som allmänna och mindre personligt förankrade, medan mänskligt skrivna artiklar upplevs som mer intervjubaserade och kontextualiserade, framträder betydelsen av journalistiskt berättande för att skapa engagemang och begriplighet. Enligt teorier om medielogik formas nyheter ofta på ett sätt som syftar till att göra dem tillgängliga och intressanta för publiken, exempelvis genom personfokus, fördjupning och narrativ struktur (Strömbäck, 2019).

Ur ett teoretiskt perspektiv kan detta relateras till hur nyhetsinformation skapar mening för publiken. Enligt Strömbäck (2019) är journalistikens uppgift inte enbart att förmedla fakta, utan att göra information begriplig och relevant genom urval, kontextualisering och berättande. När AI-genererat innehåll uppfattas som ”allmänt” eller ”ytligt” kan detta tolkas som att informationen inte fullt ut uppfyller dessa journalistiska kvalitetskriterier, vilket i sin tur påverkar förtroendet för innehållet.

Förtroendet för nyhetsinformationen påverkas även av publikens upplevelse av kontroll och överblick. Flera respondenter uttrycker osäkerhet kring hur AI samlar in, bearbetar och presenterar information, vilket gör det svårare att bedöma innehållets tillförlitlighet. I detta avseende handlar förtroendet inte enbart om vad som sägs, utan om möjligheten att förstå hur informationen har producerats. Bristande insyn i den journalistiska processen kan därmed minska tilliten till nyhetsinformationen, även om innehållet i sig framstår som korrekt.

Sammantaget visar analysen att AI:s påverkan på förtroendet för nyhetsinformationen inte främst rör faktuell riktighet, utan hur informationen upplevs vara strukturerad, fördjupad och meningsskapande. När nyhetsinnehåll uppfattas sakna kontext, berättande och tydlig journalistisk bearbetning riskerar förtroendet för själva informationen att försvagas. Detta indikerar att publikens förtroende för nyhetsinformation är nära kopplat till traditionella journalistiska kvaliteter, vilka respondenterna i denna studie i högre grad förknippar med mänskligt producerad journalistik än med AI-genererat innehåll.

8.2 Förtroende för dem som levererar nyheterna

Förtroende för dem som levererar nyheterna avser publikens tillit till journalister och andra aktörer som producerar och förmedlar nyhetsinnehåll. Denna dimension av medieförtroende är, enligt Karlsson och Strömbäck (2024) samt Strömbäck (2019), nära kopplad till föreställningar om professionellt ansvar, journalistiskt omdöme och etiska normer. När AI

introduceras i nyhetsproduktionen aktualiseras därmed frågor om vem som uppfattas som avsändare och vem som bär ansvar för det publicerade innehållet.

I likhet med vad som framkom i analysen av förtroendet för nyhetsinformationen (se avsnitt 8.1) visar studiens resultat att publikens bedömningar av trovärdighet inte enbart rör innehållets kvalitet, utan även är tätt sammankopplade med uppfattningar om vem som står bakom nyheten. Respondenterna kopplar i hög grad trovärdighet till närvaron av en mänsklig journalist, vilket innebär att förtroendet för nyhetsinformation ofta hänger samman med förtroendet för dem som levererar nyheterna.

Analysen visar att AI inte uppfattas som en aktör som kan ta ansvar på samma sätt som en människa, vilket påverkar tilliten till avsändaren. Respondenterna uttrycker osäkerhet kring vem som står bakom AI-genererade texter och hur beslut fattas i produktionsprocessen. Denna osäkerhet riktas inte främst mot tekniken i sig, utan mot avsaknaden av en tydlig och identifierbar mänsklig avsändare som kan hållas ansvarig för innehållet.

Detta innebär att AI:s roll i nyhetsproduktionen bidrar till en omförhandling av relationen mellan journalist och publik på en personlig nivå, vilket i sin tur påverkar en central dimension av medieförtroendet. Journalister uppfattas traditionellt som professionella aktörer med utbildning, yrkesetik och ett ansvar gentemot publiken. När AI används för att producera eller formulera nyhetsinnehåll förskjuts denna relation, eftersom tekniken saknar möjlighet att bära ansvar, fatta etiska avvägningar eller stå till svars för innehållets konsekvenser. Detta innebär att publiken kan uppleva en försvagning av förtroendet för dem som levererar nyheterna, även när det finns mänsklig inblandning i bakgrunden.

Respondenternas resonemang visar även att journalistiskt omdöme uppfattas som något som sträcker sig bortom korrekt informationshantering. Det handlar också om förmågan att skapa sammanhang, ställa relevanta frågor och förmedla mänskliga perspektiv. I detta avseende uppfattas AI som begränsad, eftersom tekniken saknar egen erfarenhet, värderingar och situationsförståelse. Avsaknaden av dessa kvaliteter påverkar publikens upplevelse av trovärdighet, inte nödvändigtvis på grund av brister i faktainnehållet, utan på grund av hur nyheten presenteras och tolkas.

Detta visar att trovärdighet för publiken inte enbart är kopplad till korrekt information, utan även till journalistiska kvaliteter som förknippas med mänskligt omdöme och professionell

erfarenhet. Den mänskliga journalisten uppfattas som bättre rustad att tolka händelser, göra urval och skapa begriplighet, vilket stärker det interpersonella förtroendet.

Samtidigt framkommer att förtroendet inte nödvändigtvis minskar när AI används som ett stöd i det journalistiska arbetet snarare än som en ersättning för mänskliga journalister.

Respondenterna uttrycker större acceptans för AI när de upplever att journalister fortfarande har kontroll över urval, formulering och publicering. Detta indikerar att det interpersonella förtroendet kan upprätthållas så länge det finns en tydlig mänsklig aktör som ansvarar för innehållet.

Ur ett teoretiskt perspektiv kan detta förstås som att journalistens roll som professionell mellanhand fortsatt är central för publikens förtroende. Strömbäck (2019) betonar att journalistiskt omdöme inte enbart handlar om att förmedla information, utan om att väga perspektiv, göra bedömningar och ta ansvar för innehållets konsekvenser. När AI uppfattas ta över delar av detta ansvar riskerar förtroendet för dem som levererar nyheterna att försvagas. När AI däremot framstår som ett verktyg som understödjer journalistens arbete, snarare än ersätter det, tycks förtroendet i högre grad bestå.

Sammantaget visar analysen att publikens förtroende för dem som levererar nyheterna är nära kopplat till frågor om ansvar, igenkännbar avsändare och professionellt omdöme. AI:s begränsning i detta avseende ligger inte främst i teknisk kapacitet, utan i avsaknaden av ett tydligt professionellt subjekt som kan hållas ansvarigt. Detta innebär att AI:s roll i nyhetsproduktionen omförhandlar relationen mellan journalist och publik på ett personlig nivå och därigenom påverkar en central dimension av medieförtroendet.

8.3 Förtroende för medieföretag

Den tredje dimensionen av medieförtroende rör publikens tillit till medieföretag som institutioner, det vill säga förtroendet för de organisatoriska strukturer, professionella normer och ansvarssystem som omger nyhetsproduktionen (Karlsson & Strömbäck, 2024; Strömbäck, 2019). I relation till AI aktualiseras denna dimension genom frågor om hur redaktioner organiserar användningen av tekniken och hur öppna de är kring dess roll i produktionen.

Analysen av studiens resultat visar att respondenternas förtroende för medieföretag i hög grad påverkas av uppfattningar om transparens och ansvarstagande. Respondenterna uttrycker

större tillit till nyhetsorganisationer som upplevs ha tydliga redaktionella rutiner och där det framgår hur AI används i arbetet. När AI uppfattas som ett verktyg som integreras inom etablerade journalistiska strukturer, snarare än som en ersättande aktör, tenderar förtroendet för medieföretagen att upprätthållas.

Ur ett teoretiskt perspektiv kan detta förstås som att det institutionella förtroendet är nära kopplat till publikens upplevelse av stabilitet och normbundenhet. Medieföretag betraktas inte enbart som tekniska producenter av innehåll, utan som samhällsinstitutioner med ett demokratiskt ansvar. När AI introduceras utan tydliga riktlinjer eller kommunikation kring ansvar och arbetsprocesser riskerar detta att skapa osäkerhet kring huruvida dessa institutionella normer fortfarande upprätthålls.

Analysen visar vidare att respondenternas oro inte främst handlar om att AI används i sig, utan om hur användningen kan påverka journalistikens kvalitet och oberoende på organisationsnivå. AI kopplas i vissa fall till effektivisering, snabbare produktion och ekonomiska incitament, vilket kan väcka farhågor om att kommersiella logiker prioriteras framför journalistiska värden. Detta påverkar förtroendet för medieföretagen genom att väcka frågor om huruvida tekniken används i publikens eller organisationens intresse.

Samtidigt framkommer att institutionellt förtroende kan fungera som en stabiliserande faktor i mötet med ny teknik. När respondenterna har en grundläggande tillit till ett medieföretags professionalism och etiska riktlinjer är de mer benägna att acceptera AI som en del av nyhetsproduktionen. Detta indikerar att förtroendet för medieföretag inte nödvändigtvis undergrävs av AI, men att det är beroende av hur tekniken införlivas i befintliga journalistiska strukturer.

8.4 Samspel mellan förtroendedimensionerna

Analysen visar att de tre dimensionerna av medieförtroende, förtroende för nyhetsinformationen, förtroende för dem som levererar nyheterna samt förtroende för medieföretag som institutioner, inte fungerar isolerat, utan samspekar på ett tydligt sätt i publikens bedömningar av AI-genererat nyhetsinnehåll. Respondenternas resonemang rör sig ofta mellan dessa nivåer samtidigt, vilket visar att upplevelsen av trovärdighet formas genom flera parallella bedömningar snarare än genom en enskild faktor.

Samtidigt framträder förtroendet för dem som levererar nyheterna som särskilt centralt i materialet. Många respondenter återkommer till vikten av mänsklig närvaro, journalistiskt omdöme och ansvarstagande, vilket tyder på att tilliten till den mänskliga journalisten fungerar som en central utgångspunkt som de andra dimensionerna relaterar till. När AI uppfattas ersätta eller dölja den mänskliga avsändaren påverkas inte bara tilliten till journalisten, utan även bedömningen av innehållets kvalitet och medieorganisationens ansvar. På så sätt blir förtroendet för journalisten en förmedlande länk mellan innehåll och institution.

Förtroendet för nyhetsinformationen framstår som nära nära kopplat med denna dimension. Även när respondenter inte ifrågasätter faktainnehållets korrekthet i AI-genererade artiklar, upplever de att innehållet saknar djup, kontext och värderande omdöme. Detta påverkar hur meningsfull och trovärdig informationen uppfattas. Innehållets kvalitet bedöms alltså inte enbart utifrån fakta, utan utifrån hur väl informationen förmedlas genom journalistiska praktiker som respondenterna förknippar med mänskligt arbete.

Det institutionella förtroendet för medieföretag spelar samtidigt en viktig, men mer indirekt roll. Respondenterna uttrycker förväntningar på att medieorganisationer ska ta ansvar för hur AI används, säkerställa transparens och upprätthålla professionella normer. När denna institutionella ram uppfattas som stark kan den i viss mån kompensera för osäkerhet kring AI, men när transparens och ansvar upplevs som bristfälliga riskerar även tilliten till journalister och innehåll att undergrävas.

Sammantaget visar analysen att medan alla tre dimensioner av medieförtroende aktiveras i mötet med AI-genererat nyhetsinnehåll, framstår förtroendet för dem som levererar nyheterna som särskilt avgörande enligt materialet. Den mänskliga journalisten fungerar som en central garant för både innehållets trovärdighet och medieinstitutionens legitimitet. AI:s roll i nyhetsproduktionen bedöms därför inte enbart utifrån teknisk funktionalitet, utan utifrån hur väl tekniken kan integreras i etablerade journalistiska arbetssätt som publiken redan förknippar med ansvar, omdöme och förtroende.

8.5 AI och Medielogik

Intervjupersonernas preferens för den icke AI-genererade artikeln kan analyseras i relation till medielogik som teoretiskt perspektiv. I resultatkapitlet framgår att samtliga respondenter föredrog den mänskligt skrivna artikeln, främst eftersom den uppfattades som mer personlig,

djupare och tydligare knuten till en enskild individ. Dessa beskrivningar pekar inte i första hand på innehållets faktuelle kvalitet, utan på hur artikeln är utformad och vilken typ av berättande den använder.

Mediologik kan här förstås som de etablerade normer och berättarformer som präglar hur nyheter produceras och presenteras för att uppfattas som relevanta och engagerande för publiken. Enligt Strömbäck (2019, s. 45–67) kännetecknas mediologiken bland annat av personifiering, fokus på konkreta händelser samt narrativ struktur, där abstrakta skeenden görs begripliga genom individuella exempel och berättelser. När intervjupersonerna återkommande lyfter fram värdet av personfokus, intervjuer och berättande djup, kan detta tolkas som att de reagerar positivt på innehåll som ligger nära dessa mediologiska principer.

Det är samtidigt viktigt att betona att intervjupersonerna inte explicit använder begreppet mediologik i sina resonemang. Deras utsagor ska därför inte förstås som teoretiska ställningstaganden, utan som uttryck för hur vissa journalistiska uttrycksformer upplevs som mer engagerande och meningsfulla än andra. Mediologiken fungerar här som ett analytiskt verktyg som gör det möjligt att tolka varför den mänskligt skrivna artikeln uppfattas som mer tilltalande, snarare än som en förklaring till att den nödvändigtvis är ”bättre” i objektiv mening.

Den mindre positiva responsen på den AI-genererade artikeln kan därmed förstås som att den i lägre grad uppfattas leva upp till publikens mediologiska förväntningar. Det handlar inte om ett generellt avvisande av AI som teknik, utan om hur innehållets struktur och berättande förhåller sig till etablerade föreställningar om vad en engagerande nyhetsartikel bör innehålla. AI-artikeln uppfattas i större utsträckning fokusera på faktarapportering och händelseförlopp, medan den mänskligt skrivna texten tillskrivs ett tydligare narrativt och personligt fokus.

Detta innebär också att studiens resultat nyanserar den bild som presenterats i teorikapitlet, där tidigare forskning visar att AI-system ofta tränas för att anpassa sig till mediologiska normer och skapa engagerande innehåll (Helberger et al., 2018, s. 10–11). I denna studie uppfattas dock inte det AI-genererade innehållet som särskilt engagerande, utan snarare som mer generellt och mindre personligt. En möjlig tolkning är att AI kan reproducera vissa grundläggande journalistiska strukturer, såsom kronologi, faktapresentation och matchreferat, men att intervjupersonerna lägger särskilt stor vikt vid mänsklig närvaro, emotionell igenkänning och personcentrerat berättande.

Denna tolkning förstärks av analysen av temat mänsklig närvaro, där flera respondenter betonar vikten av att nyheter har en ”mänsklig touch” och att det finns en identifierbar mänsklig skribent bakom texten. Sammantaget visar analysen att medielogiken, såsom den uppfattas av publiken, inte enbart handlar om formella berättarstrukturer, utan också om vem som uppfattas stå bakom berättelsen och hur detta förmedlas. AI:s begränsningar i detta avseende påverkar därmed hur väl tekniken uppfattas kunna leva upp till de mediologiska ideal som publiken värderar.

Sammanfattningsvis visar analysen att AI:s närvaro i nyhetsproduktionen aktiverar flera dimensioner av medieförtroende samtidigt. Publikens bedömningar av trovärdighet formas i skärningspunkten mellan innehållets kvalitet, avsändarens ansvar och medieinstitutionens roll. Genom att analysera dessa aspekter med hjälp av teorier om medieförtroende och medielogik blir det tydligt att AI inte enbart är en teknisk innovation, utan en faktor som påverkar grundläggande relationer mellan journalistik, publik och samhälle.

9. Slutdiskussion

Syftet med denna studie var att undersöka hur tio nyhetskonsumenter upplever användningen av artificiell intelligens, AI, i nyhetsproduktionen samt vilka aspekter de uppfattar som avgörande när de bedömer trovärdigheten i AI-genererade jämfört med icke AI-genererade nyheter. I detta kapitel sammanfattas studiens huvudsakliga slutsatser. Därefter diskuteras hur resultaten förhåller sig till tidigare forskning samt vilket bidrag studien ger. Avslutningsvis behandlas studiens styrkor, begränsningar och förslag på vidare forskning.

9.1 Publikens syn på AI i nyhetsproduktionen

Studiens resultat visar att respondenternas upplevelser av AI i nyhetsproduktionen präglas av en försiktig och avvaktande hållning. AI uppfattas inte i första hand som ett problem i sig, utan som en teknik vars legitimitet beror på hur och var i den journalistiska processen den används. Respondenterna uttryckte generellt större acceptans för AI när den används som ett stöd i bakgrundsarbete, informationsinhämtning och effektivisering, snarare än som ersättning för den mänskliga journalisten i det redaktionella skrivandet.

Denna slutsats indikerar att publiken skiljer mellan olika funktioner inom nyhetsproduktionen och att AI:s närvaro inte automatiskt undergräver förtroendet för journalistiken. Däremot

uppstår skepsis när AI upplevs påverka journalistikens innehåll, form och ansvarsfördelning på ett sätt som riskerar att försvaga mänskligt omdöme, kontextualisering och berättande. AI accepteras därmed främst som ett verktyg inom ramen för etablerade journalistiska normer, snarare än som en självständig producent av nyhetsinnehåll.

9.2 Avgörande aspekter vid bedömning av trovärdighet

När det gäller bedömningen av trovärdighet i AI-genererade jämfört med icke AI-genererade nyheter visar studien att flera samverkande aspekter är avgörande. För det första framstår innehållets utformning, såsom berättarstruktur, språklig stil och grad av kontextualisering, som central. Trovärdighet kopplas inte enbart till faktamässig korrekthet, utan även till djup, sammanhang och journalistiskt berättande. Texter som upplevs som generiska eller ytliga riskerar att uppfattas som mindre trovärdiga, oavsett om de är korrekta i sak.

För det andra spelar avsändarskap och ansvar en avgörande roll. Respondenterna kopplar trovärdighet till närvaron av en mänsklig journalist som kan hållas ansvarig för innehållet. När AI används på ett sätt som gör ansvarsfördelningen otydlig påverkas tilliten negativt. Detta visar att trovärdighet i hög grad är relaterad till förtroende för journalister som professionella aktörer med omdöme, etik och erfarenhet.

För det tredje är förtroendet för medie företag som institution en viktig faktor. Publiken förväntar sig att medieorganisationer tar ett tydligt ansvar för hur AI implementeras och att tekniken används i linje med journalistikens demokratiska uppdrag. Transparens kring AI-användning framstår som en central förutsättning för att upprätthålla institutionellt förtroende.

9.3 Relation till tidigare forskning och studiens bidrag

Studiens resultat ligger i linje med tidigare forskning som visat att publiken generellt är mer positiv till AI som ett stödverktyg i nyhetsproduktionen än som en ersättning för mänskliga journalister (Heim & Chan-Olmsted, 2023). I tidigare studier framkommer att AI:s användning aktualiserar frågor om ansvar, transparens och journalistisk kvalitet, särskilt när det gäller vem som bär det yttersta ansvaret för innehållet och hur tillförlitlig informationen uppfattas vara. Detta överensstämmer även med forskning som betonar att bristande insyn i algoritmiska processer riskerar att undergräva förtroendet för journalistiken (Jones, Jones &

Luger, 2022), samt med studier som pekar på att automatiserat innehåll ofta uppfattas som korrekt men samtidigt mindre nyanserat och värderande (Henestrosa et al., 2023).

Samtidigt bidrar denna studie med en fördjupad förståelse för hur dessa övergripande frågor konkret kopplas till olika dimensioner av medieförtroende. Genom att analysera publikens resonemang utifrån indelningen i förtroende för nyhetsinformationen, förtroende för dem som levererar nyheterna och förtroende för medieföretag som institutioner (Karlsson & Strömbäck, 2024; Williams, 2012), synliggörs hur AI:s närvaro påverkar flera nivåer av förtroende samtidigt. Resultaten visar att publikens bedömningar av AI inte är en dimensionella, utan formas i skärningspunkten mellan innehållets upplevda kvalitet, uppfattningen om journalistiskt ansvar och tilliten till medieorganisationernas normer och professionella standarder.

Utöver att bekräfta mönster som identifierats i tidigare forskning bidrar denna studie med nya empiriska och analytiska insikter. Ett centralt bidrag är att studien visar hur publikens upplevelser av AI-genererat nyhetsinnehåll inte kan förstås som entydigt positiva eller negativa, utan som situationsbundna och beroende av vilka journalistiska värden som aktualiseras. Till skillnad från tidigare studier som ofta behandlar publikens förtroende för AI som en övergripande attityd, synliggör denna studie hur publikens bedömningar rör sig mellan olika nivåer av förtroende och hur dessa aktiveras parallellt.

Genom att systematiskt tillämpa medieförtroendets tre dimensioner som analytiskt ramverk visar studien hur AI påverkar förtroendet för journalistik på flera plan samtidigt: innehållets upplevda kvalitet och begriplighet, tilliten till journalisters professionella omdöme samt förtroendet för medieorganisationers ansvarstagande och normer. Detta innebär ett teoretiskt bidrag i form av en mer nyanserad förståelse för hur AI inte endast påverkar enskilda artiklar, utan även publikens relation till journalistiken som samhällsinstitution.

Ett ytterligare bidrag är att studien tydliggör hur publikens värderingar av AI är starkt kopplade till mediologiska ideal, såsom personifiering, berättande och mänsklig närvaro. Tidigare forskning har visat att AI i ökande grad tränas för att efterlikna journalistiska format, men denna studie visar att publiken inte enbart värderar formella strukturer, utan även upplever en tydlig skillnad mellan mänskligt och automatiserat berättande när det gäller emotionell igenkänning och ansvar. På så sätt bidrar studien till att fördjupa förståelsen av

varför teknisk anpassning till medielogik inte nödvändigtvis leder till ökat förtroende hos publiken.

Sammantaget bidrar studien med ett publiknära perspektiv på AI i journalistiken, där teknologins betydelse förstås i relation till etablerade journalistiska normer, förtroenderelationer och demokratiska ideal. Detta kompletterar den befintliga forskningen genom att visa hur AI:s roll i nyhetsproduktionen inte enbart är en fråga om effektivitet eller innovation, utan om hur journalistikens legitimitet uppfattas och omförhandlas i mötet mellan teknik, publik och institution.

9.4 Styrkor, begränsningar och vidare forskning

En styrka med studien är dess kvalitativa ansats, som möjliggjort en djupgående analys av hur nyhetskonsumenter resonerar kring AI, trovärdighet och journalistik. Genom intervjuer har det varit möjligt att fånga nyanser, osäkerheter och tveksamhet i publikens syn på AI i nyhetsproduktionen som inte alltid framträder i kvantitativa studier.

Samtidigt finns tydliga begränsningar. Studien baseras på ett begränsat antal intervjupersoner, vilket innebär att resultaten inte kan generaliseras till hela befolkningen. Vidare har fokus legat på publikens perspektiv, medan journalistiska praktiker och redaktionella beslutsprocesser inte undersökts empiriskt.

10. Vidare forskning

För att vidareutveckla forskningen om hur AI-genererat nyhetsinnehåll påverkar läsarens förtroende för journalistik kan flera tillägg göras. För det första skulle en större och mer diversifierad deltagargrupp kunna inkluderas, där både ålder, bakgrund och mediekonsumtion beaktas, samt professionella inom media och AI. Detta ger en bredare förståelse för hur olika grupper påverkas. Vidare skulle både kvalitativa intervjuer och kvantitativa enkäter kunna användas för att mäta förändringar i förtroende före och efter exponering för AI-genererat innehåll.

En experimentell design där grupper som exponeras för AI-genererat innehåll jämförs med en kontrollgrupp skulle ge insikter i skillnader mellan mänskligt och AI-genererat material. Flera tester med olika grader av AI-inblandning, som helt automatiserade artiklar kontra

AI-assisterat innehåll, skulle också kunna ge mer värdefull information. Genom att noggrant analysera och jämföra AI-genererat innehåll med traditionellt journalistiskt material, kan man identifiera skillnader i stil, objektivitet och transparens som kan påverka förtroendet.

För att få en tydligare bild av långsiktiga effekter skulle studien kunna genomföras över en längre tidsperiod. En sådan longitudinell studie ger möjlighet att följa förändringar i förtroende efter regelbunden exponering för AI-genererat innehåll och ger mer djupgående data. Dessutom skulle det vara intressant att undersöka hur ökad mediekunskap om AI påverkar förtroendet för det AI-genererade materialet.

Slutligen kan kulturella och nationella skillnader spela en roll i hur förtroendet för AI-genererat innehåll uppfattas, och därför bör dessa faktorer beaktas i studien. Genom att genomföra dessa tillägg i en studie med längre tidsspann får man en mer omfattande bild av hur AI påverkar förtroendet för journalistik, vilket gör att resultaten blir mer tillförlitliga och mer långsiktigt relevanta.

11. Referenser

Bäck, J. (2023) Vad är AI för något? *Internetstiftelsen*, 26 maj

<https://internetkunskap.se/artiklar/grundkurs-i-ai/vad-ar-ai-for-nagot/>

Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(4), 1753–1819.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3213954

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*.

Harvard University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctv24w634d> eller

<https://www.asau.ru/files/pdf/2098776.pdf>

Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., Hamilton, K., & Sandvig, C. (2015). “I always assumed that I wasn’t really that close to [her]”:

Reasoning about invisible algorithms in the news feed. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 153–162). ACM.

["I always assumed that I wasn't really that close to \[her\]" | Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems](#)

European Commission. (2019). *Ethics guidelines for trustworthy AI*. High-Level Expert Group on Artificial Intelligence.

[Ethics Guidelines for AI](#)

Gillespie, T. (2014). *The relevance of algorithms*. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press

Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H.-B. (2016). Readers’ perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*, 19(5), 595–610.

<https://doi.org/10.1177/1464884916641269>

Heim, S., & Chan-Olmsted, S. (2023). Consumer trust in AI–human news collaborative continuum: Preferences and influencing factors by news production phases. *Journal. Media*, 4(3), 946–965.

[Consumer Trust in AI–Human News Collaborative Continuum: Preferences and Influencing Factors by News Production Phases | MDPI](#)

Helberger, N., Karppinen, K., & D'Acunto, L. (2018). *Exposure diversity as a design principle for recommender systems: A case study of news recommendation*. *Policy & Internet*, 10(3) [Helberger, N., Karppinen, K., & D'Acunto, L. \(2018\). Exposure Diversity as a Design Principle for Recommender Systems. Information, Communication & Society, 21, 191-207. - References - Scientific Research Publishing](#)

Henestrosa, A. L., Greving, H., & Kimmerle, J. (2023). Automated journalism: The effects of AI authorship and evaluative information on the perception of a science journalism article. *Journalism*, 24(1), 1–14. [Automated journalism: The effects of AI authorship and evaluative information on the perception of a science journalism article](#)

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University Press.

Jones, M., Jones, R., & Luger, E. (2022). AI ‘everywhere and nowhere’: Addressing the AI intelligibility problem in public service journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1731–1755. [AI ‘Everywhere and Nowhere’: Addressing the AI Intelligibility Problem in Public Service Journalism](#)

Karlsson, M., Strömbäck, J. 2024. *Handbok i journalistikforskning*. Upplaga 3. Lund: Studentlitteratur.

Karlsson, M., & Strömbäck, J. (Red.). (2019). *Handbok i journalistikforskning* (2. rev. uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096.

[The science of fake news | Science](#)

Longoni, C., Bonezzi, A., & Morewedge, C. K. (2019). Resistance to medical artificial intelligence. *Journal of Consumer Research*, 46(4), 629–650. <https://academic.oup.com/jcr/article/46/4/629/5486928>

Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. Chichester: John Wiley & Sons.

[Trust and Power : two works : Luhmann, Niklas, 1927-1998 : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#)

Nandini, & Indora, Prabhat & Singh, Rajeev. (2024). *Artificial Intelligence in Journalism: An Overview of its Applications and Uses*. Journal of Communication and Management. 3.
DOI:[10.58966/JCM2024337](https://doi.org/10.58966/JCM2024337)

Newman, N. (2020). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
[Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2020](#)

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16, 1–13.
<https://doi.org/10.1177/1609406917733847>

Pew Research Center. (2021). Experts doubt ethical AI design will be broadly adopted as the Norm Within the Next Decade [Microsoft Word - PI_2021.06.16_Ethical-AI-Design_FINAL.docx](#)

Radcliffe, Damian. (January 28, 2025). *Journalism in the AI Era: Opportunities and challenges in the Global South and Emerging Economies*. Tillgänglig på SSRN:
<https://ssrn.com/abstract=5229014> eller <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5229014>

Sumiög, Ragine & Codilla, Mark Gil & Iluis, Saimehen. (2025). *Use of Artificial Intelligence in Traditional Journalism Practices*. DOI: [10.13140/RG.2.2.11914.38081](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11914.38081)

Svensson, J. (2023). Digital kulturanalys: Att studera medieteknikens människor ur ett holistiskt perspektiv. I Berg, M., Engberg, M. & Leckner, S. (red.) *Tekniska mediestudier: En introduktion till metoder och teknologier*. Lund: Studentlitteratur, s.81–104.

Williams, A. E. (2012). *Trust or Bust?: Questioning the Relationship Between Media Trust and News Attention*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 56(1), 116–131.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2011.651186>

Zalova, Sunbul. (2025). *Cybersecurity Issues in Journalism Based on AI Technologies*. Problems of Information Society. DOI:[10.25045/jpis.v16.i1.11](https://doi.org/10.25045/jpis.v16.i1.11)

Åkerman, L. Aftonbladet. (2024). Nyhetsankare i falsk nyhetssändning. Aftonbladet.
[Falsk nyhetssändning sprids med Lisbeth Åkerman](#)

12. Bilagor

12.1 Intervjufrågor

1. Vad är nyheter för dig?
2. Hur ser en vanlig media dag ut för dig?
3. Vilka typer av media konsumerar du? Typer av media är till exempel radio, TV, tidningar och sociala medier.
4. Hur ofta läser/lyssnar du på nyheter?
5. Vad för slags nyheter brukar du konsumera? Exempel: nyheter om politik, kultur, världen eller nöje.
6. Vad anser du är viktigast när du väljer en nyhetskälla? Till exempel snabbhet, djup eller trovärdighet.
7. Litar du på nyheter? Hur tar du reda på om de är sanna eller inte?
8. **Visa artikel exempel här**
9. Ser du någon skillnad mellan artiklarna? På vilket sätt?
10. Har du hört talas om AI (artificiell intelligens)? Om ja, vad vet du? Om nej, förklarar vi vad AI är.
11. Vad tycker du om AI?
12. Känner du till att nyheter kan vara skrivna av AI?
13. Vad tycker du om att nyheter kan vara AI-genererade?
14. På vilket sätt tror du att AI kan vara positivt för nyheter?
15. På vilket sätt tror du att AI kan vara negativt för nyheter?
16. Tycker du att medier borde berätta att en artikel är skriven med hjälp av AI?

17. Känner du dig trygg med att läsa nyheter som är AI-genererade? Varför? Varför inte?
18. Om du skulle välja mellan en nyhetsartikel som skriven av AI och en artikel skriven av en människa, vad skulle vara avgörande för ditt val?
19. Är det viktigt för dig att nyhetsartiklar är skrivna av en människa? Varför? Varför inte?
20. Hade du fortsatt läsa nyheter om de blir mer AI-genererade? Varför? Varför inte?
21. Tycker du att AI kan vara bra på att hitta viktiga nyheter snabbt, eller är det något du skulle vara tveksam till?
22. Vad tycker du om tanken att AI kan fatta beslut om vilka nyheter som är viktiga eller intressanta för dig?
23. Vad tycker du om att journalister använder AI-bilder?
24. Tycker du att journalister ska använda AI-genererade bilder mer eller mindre? Varför?

12.2 Samtyckesblankett

Samtycke till att delta i studien AI:s inverkan på läsarens förtroende för journalistiken

Jag har tagit del av informationen om studien och samtycker till att delta i studien AI:s inverkan på läsarens förtroende för journalistiken. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och att jag kan avbryta deltagandet i studien utan att ange skäl för det. Genom min underskrift väljer jag att delta i studien och godkänner att Södertörns högskola behandlar mina personuppgifter i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning och lämnad information.

Datum och ort

Underskrift

Namnförtydligande

12.3 Exempel på artiklar

Artiklarna användes som exempel på AI-genererat artikel och en artikel som är skriven av en människa för att se skillnaden mellan dem.

AI-generad artikel:

Ishockey

Straffar avgjorde när Sundsvall Hockey vann mot Munksund-Skuthamn

17 november 2024 15:18

Sundsvall Hockey tog emot Munksund-Skuthamn hemma i en riktigt jämn match i Damtvåan norra i ishockey. Efter ordinarie matchtid var matchen oavgjord, lika så efter förlängningen, och först i straffläggningen kunde Sundsvall Hockey avgöra till 3-2 (0-0, 2-1, 0-1, 0-0, 1-0). Det avgörande straffmålet stod Lovisa Cederström för.

– Hårt, tuff match! Men vi visade beslutsamhet och lugn och tog oss igenom matchen efter att ha tappat vår ledning. Vår målvakt gjorde en fantastisk räddning på ett av skotten och alla våra straffläggare visade självförtroende och tog oss till en välförtjänt seger. Lång paus nu för att återhämta sig och komma tillbaka bättre, kommenterade Sundsvall Hockeys tränare Shannon Douglas efter matchen.

Det var två formstarka lag som möttes. Serieledande Sundsvall Hockey tog fjärde segern i rad. Munksund-Skuthamn hade före matchen tre segrar i rad.

Inget av lagen lyckades göra mål i första perioden. Sundsvall Hockey startade andra perioden vassast. Laget gick upp till en 2-0-ledning genom mål av Emma Holm och Julia Kaldensjö innan Munksund-Skuthamn svarade och gjorde 2-1 genom Jaclyn Zaic. 15.23 in i tredje perioden slog Lotta Granberg till framspelad av Melina Cortinovic och kvitterade för Munksund-Skuthamn.

Förlängningen blev mållös.

Den 2 mars tar lagen sig an varandra igen, då i LF Arena.

Nästa motstånd för Sundsvall Hockey är Husum. Lagen möts söndag 19 januari 13.00 i Husumhallen.

Artikel skriven av en människa:

Då kan forwarden vara tillbaka på isen

19 november 2024 18:00

Sundsvall Hockeys forward Mathias Wikudd har saknats hittills den här säsongen. Anledningen är den knäskada han ådrog sig förra sommaren och nu opererat. – Det känns tråkigt att sitta på sidan men det är enligt plan, säger 23-åringen.

För två säsonger sedan var Mathias Wikudd en av Sundsvall Hockeys främsta målgörare. Men under ett brottningspass på försäsongen förra sommaren var olyckan framme.

– Jag gjorde illa mig på något hopp, jag landade dåligt, säger Mathias Wikudd.

Följden blev att han missade inledningen av säsongen och kom till spel först i slutet av oktober.

– Jag körde säsongen ut men utan korsband. Sedan opererade jag mig direkt efter säsongen, säger Wikudd.

Exakt när han ska kunna vara tillbaka vet han inte men prognosen är någonstans efter årsskiftet.

– Jag opererade mig i april och rekommendationen är nio månader, så det är målet.

Än så länge följer rehabiliteringen också planen.

– Ja jag kör på träningarna, det har jag kunnat göra ett längre tag nu.

Suget efter att få kliva ut på isen är också stort.

– Det känns tråkigt att sitta på sidan och inte kunna bidra, säger han.

