



Sa någon valfusk?

Informationsmiljön på sociala medier
i samband med valrörelsen 2022

Ola Svenonius, Sofia Olsson, Miranda Michélsen Forsgren,
Emilia Dungal, Mathilde Jarlsbo

Ola Svenonius, Sofia Olsson, Miranda Michélsen
Forsgren, Emilia Dungal, Mathilde Jarlsbo

Sa någon valfusk?

Informationsmiljön på sociala medier i samband med
valrörelsen 2022

Titel	Sa någon valfusk? – Informationsmiljön på sociala medier i samband med valrörelsen 2022
Title	Did anyone say "electoral fraud"? The information environment on social media in the context of the Swedish general elections 2022
Rapportnr	FOI-R--5429--SE
Månad	April
Utgivningsår	2023
Antal sidor	80
ISSN	1650-1942
Uppdragsgivare	Myndigheten för psykologiskt försvar
Forskningsområde	Krisberedskap och civilt försvar
FoT-område	Inget FoT-område
Projektnr	E13845
Godkänd av	Johannes Malminen
Ansvarig avdelning	Försvarsanalys

Bild: "Two people holding smart phones", Ola Svenonius, 2023. Framtagen med verktyget Midjourney (<https://www.midjourney.com>).

Detta verk är skyddat enligt lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, vilket bl.a. innebär att citering är tillåten i enlighet med vad som anges i 22 § i nämnd lag. För att använda verket på ett sätt som inte medges direkt av svensk lag krävs särskild överenskommelse.

This work is protected by the Swedish Act on Copyright in Literary and Artistic Works (1960:729). Citation is permitted in accordance with article 22 in said act. Any form of use that goes beyond what is permitted by Swedish copyright law, requires the written permission of FOI.

Sammanfattning

Allmänna val har under de senaste åren blivit måltavla för politiskt motiverad informationspåverkan i ett flertal länder i Europa och Nordamerika, ofta via falska eller vilseledande budskap på sociala medier. I flera fall har valsysteemets integritet i fråga om brister i röstningsförfaranden ifrågasätts, samtidigt som räkningen av valsedlar och förvaltningens opartiskhet kritiserats. Stormningen av Kapitolium i Washington D.C. den 6:e januari 2021 byggde till exempel på den då sittande presidentens intensiva påverkanskampanj mot sitt eget lands valsysteem – än idag fortsätter rykten om valfusk och ett stulet val att spridas i USA.

Inför det svenska riksdagsvalet 2022 fanns farhågor att diskussioner om valfusk skulle kunna resultera i en svensk version av den amerikanska ”stop the steal”-kampanjen. Så blev inte fallet. Men hur såg informationsmiljön på sociala medier ut under valrörelsen? Fanns det tecken på omfattande diskussioner, vilseledning eller mer organiserad informationspåverkan som skulle kunna ha banat väg till en svensk ”stop the steal”?

Rapporten presenterar resultaten från en undersökning av den svenska informationsmiljön på sociala medier i samband med valrörelsen 2022. Studien fokuserar på fyra sociala medieplattformar: Instagram, Tiktok, Twitter och Youtube. Dataunderlaget inhämtades både automatiserat och manuellt och kartlägger omfattning och tidsmässig utbredning för diskussioner om och kring de svenska valen. Resultaten visar att det förekom diskussioner om valfusk som skulle kunna ha lagt grunden för en kampanj, men i efterhand kan vi konstatera att så inte blev fallet. Till grund för denna diskussion låg idéer om en maktfullkomlig och konspiratoriskt sinnad socialdemokrati i Sverige. Undersökningen visar att den svenska valfuskdebatten huvudsakligen drevs på av ett fåtal inflytelserika konton på Twitter och av vissa alternativmedier.

Utöver detta visar undersökningen på förekomst av misstänkt icke-autentisk aktivitet på sociala medier, i huvudsak till stöd för de dåvarande oppositionspartierna. Omfattningen var dock inte större än vad som annars kan anses vara normalt på Twitter. Utöver detta ges i rapportens slutkapitel förslag på framtida studier om informationsmiljöns utveckling över tid.

Nyckelord: Valrörelsen 2022, Sverige, informationsmiljö, informationspåverkan, valfusk, sociala medieplattformar.

Summary

In recent years, general elections have become targets for politically motivated information influence activities in several countries in Europe and North America. In several cases, the integrity of the electoral system has been questioned regarding flaws in the voting process, while at the same time the counting of ballots and impartiality of the administration have been questioned. For example, the storming of the Capitol building in Washington D.C. on January 6th, 2021 was based on the then-incumbent President's intense campaign against his own country's electoral system. Rumours of election fraud and a stolen election continue to spread in the USA to this day.

Prior to the Swedish parliamentary election in 2022, there were fears that a Swedish version of the American "stop the steal" campaign could emerge. However, this did not happen. But, what did the information environment on social media look like during the election campaign? Were there signs of misinformation or more organized information influence that could have led to a Swedish "stop the steal"?

The report presents the results from a study of the Swedish information environment on social media in connection with the 2022 election campaign. The study focuses on four social media platforms: Instagram, Tiktok, Twitter, and YouTube. Data was collected both automatically and manually and maps the extent and temporal distribution of discussions about and around the Swedish elections. The results show that there were discussions about electoral fraud that could have laid the groundwork for a campaign. In hindsight we can conclude that this did not happen. The basis for this discussion was ideas about a power-hungry and conspiratorially minded Social Democratic Party in Sweden. The analysis shows that the Swedish electoral fraud debate was mainly driven by a few influential accounts on Twitter and some alternative media. In addition, we identify suspected non-authentic activity on social media, although not to a very big extent. In addition, the report's final chapter provides suggestions for future studies on the development of the information environment over time."

Keywords: Swedish general elections 2022, Sweden, information environment, information influence, electoral fraud, social media platforms.

Förord

Rapporten du nu läser är framtagen till förmån för utvecklingen av det psykologiska försvaret. Den är en av fyra rapporter som sammanställts under vintern 2022/23, inom ramen för ett uppdrag från Myndigheten för psykologiskt försvar:

- *Diaspora och påverkan från främmande makt*
FOI-R--5436--SE
- *Rättsligt ramverk för bemötande av informationspåverkan*
FOI-R--5443--SE
- *Vem vill försvara landet? En scenariobaserad ansats till studiet av försvarsvilja*
FOI-R--5428--SE
- *Sa någon valfusk? Informationsmiljön på sociala medier i samband med valrörelsen 2022* FOI-R--5429--SE

Tillsammans utgör de ett betydande bidrag rörande frågor av stor vikt för det psykologiska försvaret. De utgör även en del av FOI:s satsning *Forskning för totalförsvarets kognitiva dimension* som inbegriper studier om informationspåverkan, strategisk kommunikation och psykologiskt försvar. Rapporterna bistår med kunskap och visar vägen för framtida forskning.

Forskningen är viktig eftersom den ger totalförsvaret en kunskapsmässig grund att utgå från. Psykologiskt försvar är en mångsidig och känslig verksamhet. Det berör centrala demokratiska värden och anses vara starkt beroende av en hög tillit mellan den offentliga sektorn, det privata näringslivet och allmänheten. Att bemöta hot som polariserande propaganda på sociala medier eller påverkan mot diasporagrupper kräver både kunskap och skicklighet.

Min och FOI:s förhoppning är att dessa fyra rapporter ska bidra till ett kunskapslyft för totalförsvarets aktörer såväl som andra forskare, journalister och en intresserad allmänhet. Målet är – som alltid – att stärka Sveriges motståndskraft och bistå de aktörer som värnar om demokrati och säkerhet.

Ola Svenonius, projektledare
Kista, den 7 mars 2023

Innehåll

Tabellförteckning	7
Figurförteckning.....	8
1 Inledning.....	9
1.1 Syfte och frågeställningar	10
1.2 Rapportens målgrupp och sammanhang	10
1.3 Disposition	10
2 Teoretiska utgångspunkter	12
2.1 Begreppsdefinitioner	12
2.2 Tidigare forskning om informationsmiljö	15
2.3 Tidigare forskning om valrörelser	17
2.4 Slutsatser	19
3 Undersökningsdesign	20
4 Informationsmiljön under valrörelsen 2022	21
4.1 En kort sammanfattning.....	21
4.2 Sociala medier under valrörelsen	22
4.3 Dominerande teman	24
4.4 Slutsats	28
5 En svensk "stop the steal"?	29
5.1 #Valfusk under valrörelsen	29
5.2 Diskussionens utveckling över tid.....	31
5.3 Dominerande teman	34
5.4 Slutsats	38
6 Informationspåverkan under valrörelsen 2022?.....	39
6.1 Typ av narrativ	39
6.2 Vilseledande innehåll.....	40
6.3 Icke-autentisk aktivitet	42
6.4 Slutsats	48
7 Slutsatser	50
7.1 Undersökningens resultat	50
7.2 Valfuskfrågan 2018 och 2022	51
7.3 Framtida forskningsbehov	52
8 Referenser.....	54
Appendix 1: Forskningsdesign	62
Appendix 2: Parametrar för loggning av inlägg	71
Appendix 3: Konton på sociala medieplattformar.....	73
Appendix 4: Nyckelord från figur 3	74
Appendix 5: Nyhetspubliceringar under valrörelsen	75
Appendix 6: Botometer-poäng	76

Tabellförteckning

Tabell 1. Central- och spridningsmått för gilla-markeringar inom #val2022/#valet2022 på Twitter.....	23
Tabell 2. Beskrivande statistisk för materialet om valfusk.....	29
Tabell 3. Fördelning av kodade inlägg efter typ av narrativ.....	39
Tabell 4. Analys av särskilt aktiva Twitterkonton.....	45
Tabell 5. Användning de senaste 12 månaderna hos olika ålderskategorier (procentsatser).	63
Tabell 6. Sociala medieplattformar inkluderade i undersökningen.....	64
Tabell 7. Översikt över dataunderlag från sociala medieplattformar.....	67

Figurförteckning

Figur 1. Det svenska valsystemet – en kort sammanfattning.	14
Figur 2. Aktivitet på Twitter under perioden 1/7-18/10 2022.	22
Figur 3. Frekvenser av de 15 viktigaste temana i Twitterdatamängden.....	25
Figur 4. De 15 mest frekventa temana i kodning genom förfarande 1 av valrelaterad aktivitet på Instagram, Tiktok och Youtube.....	27
Figur 5. Tematisk fördelning på Instagram under valdagen och eftervälsperioden.....	27
Figur 6. Inlägg på Twitter innehållande "valfusk" under undersökningsperioden.....	31
Figur 7. Valfusk, antal inlägg på Twitter inför valet.	32
Figur 8. Tweets om valfusk den 11:e september 2022.....	33
Figur 9. Valfusk, antal inlägg på Twitter 13:e till 26:e september.....	33
Figur 10. Teman inom #valfusk i kvalitativt insamlad data från Twitter, Tiktok, Instagram och Youtube	35
Figur 11. #valfusk på Twitter, endast de mest spridda originalinläggen med 200+ likes.	37
Figur 12. Genomsnittliga botpoäng för olika urvalsgrupper.....	45
Figur 13. Inforuta: fallet med den falska kommunpolitikern	47
Figur 14. Återskapat inlägg från Odessanätverket	48
Figur 15. Statistik över antal nyheter om valet 2022	75
Figur 16. Jämförelse antal nyheter om valet 2018 och 2022.	75

1 Inledning

Informationspåverkan via sociala medieplattformar i samband med valrörelser har under de senast 5-10 åren blivit en viktig politisk fråga, i Sverige och utomlands (Bay, Thunholm, m.fl. 2022). I samband med det amerikanska presidentvalet den 8:e november 2020 initierades en utdragen kampanj av Donald Trump och andra republikanska politiker som gick ut på att ifrågasätta valets legitimitet och Joe Bidens vinst. Kampanjen ledde till stormningen av Kapitolium den 6 januari 2021 och vad som följde är välkänt och dokumenterat av USA:s kongress interna utredning (House of Representatives 2022). Kampanjens ledord, ”Stop the steal”, syftade på att det demokratiska partiet skulle ha konspirerat mot republikanerna på ett så genomgripande sätt att valutgången hade ändrats. Demokraterna hade, i denna föreställningsvärld, ”stulit” valet. Idag förnekar Donald Trump och många av hans anhängare fortfarande att republikanerna förlorade valet, trots att klagomålen som framförts har motbevisats ett otal gånger (Ibid.).

Dramatiken i USA har följts av andra spektakulära händelser som alla har gemensamt att de riktat in sig på ett lands demokratiska institutioner. I Tyskland avslöjades att en hemlig grupp planerat en statskupp (Kraetzer m.fl. 2022) och i Brasilien stormade anhängare till Jair Bolsonaro i januari 2023 kongressbyggnaden, presidentkontoret och den högsta domstolen efter en längre period av protester mot resultatet i presidentvalet och valets genomförande (Nicas 2023).

Inför de svenska allmänna valen 2018 och valet till Europaparlamentet 2019 fanns farhågor att otillbörliga påverkansförsök mot valets utförande skulle ske (Fernquist, Kaati, Akrami, Pelzer, m.fl. 2018). I efterhand visade det sig att påverkansförsöken mot de svenska valen inte var alltför omfattande, även om ryktesspridning om valfusk förekom (Bay, Paziraei, m.fl. 2022). Valmyndigheten konstaterade i sin eftervalsrapport att intresset för felaktigheter under valrörelsen 2018 var större än någonsin (Valmyndigheten 2019). Även om anklagelserna om valfusk sedan 2018 framförts sporadiskt, kan det sedan 2021 noteras ett ökande antal varningar om risken för oegentligheter i samband med valen 2022, bland annat på Twitter. Det har varnats för planerat valfusk, otillbörlig påverkan på Valmyndigheten, att olika politiska aktörer skulle vilja förfalska valresultatet, med mera (J. Andersson och Dahlberg 2018; Baas 2018; Jederlund 2021).

Inför valrörelsen 2022 fanns därför på nytt farhågor om att aktörer – inhemska eller med stöd från främmande makt – skulle vara i stand att driva en egen, svensk ”stop the steal”-kampanj (Lindkvist och Admund Funck 2022). En sådan hade kunnat påverka förtroendet för svenska myndigheters arbete negativt och späta på polariseringen i samhället. Det vore allvarligt eftersom allmänna valens demokratiska legitimitet i hög grad bygger på väljarnas och partiernas tillit till valsystemets förmåga att säkerställa säkra och korrekta valresultat. Två av grundförutsättningarna för allmänna val är också att väljare har båda vilja och förmåga att kunna rösta. Förtroende för valsystemet är med andra ord grundläggande för det demokratiska statsskicket och det är av största vikt att det inte urholkas.

Inför och under valrörelsen genomfördes insatser för att stärka befolkningens motståndskraft mot felaktig information och på så sätt motverka eventuell informationspåverkan (MPF 2022b). I efterhand rapporterades att ingen omfattande informationspåverkan från främmande makt hade skett mot de svenska valen den 11:e september 2022 (Schön 2022).

Föreliggande rapport problematiserar och kompletterar denna uppfattning genom att anta ett perspektiv på informationspåverkan som är neutralt i relation till vem som ligger bakom den. Fokus ligger alltså inte uteslutande på främmande makt och utländska aktörer. I rapporten analyserar vi informationsmiljön på fyra sociala medieplattformar i samband med valrörelsen 2022 och särskilt diskussionen om valfusk, såväl som frågan om informationspåverkan. Plattformarna som analyseras är Instagram, Tiktok, Twitter och YouTube.

Undersökningen visar att diskussionen om valfusk framförallt dominerades av ett fåtal konton på sociala medier men också att det finns tydliga indikationer på att koordinerad informationspåverkan förekom. Tecken finns på att konton som idag är avstängda försökte spä på misstroendet mot den svenska valprocessen och dess institutioner. Omfattningen för denna potentiella påverkan var emellertid begränsad.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med undersökningen är att studera informationsmiljön på sociala medier i samband med de svenska allmänna valen 2022, med särskilt fokus på frågor om valfusk och eventuell förekomst av informationspåverkan. Målet är att genom dokumentation av en begränsad men viktig del av informationsmiljön bidra till det samlade kunskapsläget om informationspåverkan i samband med valrörelser, framförallt i Europa men i förlängningen globalt.¹ Resultaten ger underlag för att bättre kunna förstå dynamiken i den moderna informationsmiljön, till exempel hur diskussioner om valfusk sprids till olika sammanhang och där anpassas efter lokala förhållanden, vilka typer av innehåll som sprids på vilka plattformar, samt hur informationspåverkan bedrivs i samband med en valrörelse.

De frågor som utgör utgångspunkten i undersökningen är:

- Vad kännetecknade informationsmiljön på sociala medier i samband med den svenska valrörelsen 2022?
- Hur diskuterades frågor om valfusk och valsystemets integritet i samband med den svenska valrörelsen 2022?
- Finns indikationer på att informationspåverkan i informationsmiljön förekom i samband med valrörelsen 2022? Om ja – på vilket eller vilka sätt?
- Hur skiljer sig tillvägagångssättet för potentiell påverkan från valrörelsen 2018?

1.2 Rapportens målgrupp och sammanhang

Rapporten riktar sig primärt till analytiker, kommunikatörer och forskare som arbetar med informationspåverkan och psykologiskt försvar. I andra hand riktar den sig till forskare inom media- och kommunikationsvetenskap och statsvetenskap med intresse för sociala medier, strategisk kommunikation och säkerhetspolitik. Till sist riktar sig rapporten till journalister med intresse för dessa ämnen, samt en intresserad allmänhet.

Studien har utförts på uppdrag av Myndigheten för psykologiskt försvar. Ett liknande projekt har, på uppdrag av Valmyndigheten, genomförts vid Stockholms universitet. Projekten överlappar varandra i viss utsträckning eftersom båda har innefattat analys av valfuskdiskussionen på Twitter (Kaati och Shrestha 2023). Rapporterna som respektive projekt har utmynnat i kan därför med fördel läsas parallellt, eftersom de kompletterar varandra. Rapporten från Stockholms universitet behandlar framförallt olika nätforum, medan denna studie tittar på ett urval av sociala medieplattformar. Diskussionen om valfusk behandlas i Lisa Kaatis och Amendra Shresthas rapport på ett övergripande sätt, medan vi har studerat materialet mer ingående. Tillsammans utgör rapporterna ett gediget kunskapsunderlag för det psykologiska försvarets aktörer.

1.3 Disposition

Rapporten består utöver inledningskapitlet av ett teoretiskt kapitel, en kort metodredovisning, tre empiriska kapitel och ett avslutande slutsatskapitel. De empiriska kapitlen behandlar valrörelsen i allmänhet (kapitel 4), valfuskdiskussionen (kapitel 5) och informationspåverkan (kapitel 6).

¹ Frågor om tillvägagångssätt och de avgränsningar som gjordes i undersökningen diskuteras utförligt i Appendix 1, avsnitt 2.

Dessförinnan diskuterar vi den begreppsapparat och den tidigare forskning som vi bygger undersökningen på i kapitel 2. Kapitel 3 beskriver övergripande hur undersökningen som ligger till grund för denna rapport har genomförts. Den intresserade kan med fördel även läsa Appendix 1 i samband med läsning av detta kapitel. Appendix 1 innehåller en fördjupad redogörelse för tillvägagångssätt och en rad olika avvägningar som gjorts inom ramen för undersökningen.

Kapitel 7 utgör rapportens slutsatser. Här sammanfattas undersökningens resultat och behov av framtida forskning diskuteras. Appendixet rymmer utöver ett utförligt metodkapitel omfattande empiriska underlag som ligger till grund för analysen som redovisas i kapitel 4-6. Ytterligare dataunderlag finns på förfrågan till huvudförfattaren.

2 Teoretiska utgångspunkter

I detta kapitel diskuteras begreppsliga frågor och perspektiv på tidigare forskning som bedömts av betydelse för undersökningen. Kapitlet har tre delar: begreppsdefinitioner, tidigare forskning om informationsmiljö och tidigare forskning om, framförallt, svenska val och valrörelser.

2.1 Begreppsdefinitioner

2.1.1 Informationsmiljö

Informationsmiljö är ett bärande begrepp i denna rapport. Den enklaste komponenten i begreppet är ”miljö”, som i svenskan betyder *omgivning, omvärld, eller yttre förhållanden som har inverkan på någon eller någots utveckling*.² Här används en tolkning från uppslagsverket Merriam-Webster av franskans ”milieu”, i betydelsen *det fysiska eller sociala sammanhang inom vilket något sker eller utvecklas*.³ Omgivningen är till skillnad från den svenska tolkningen alltså inte endast en passiv fond mot vilken något händer utan ett sammanhang där sociala eller fysiska processer är inbäddade.

Informationskomponenten är mer komplex. Det förekommer i en myriad av sammanhang, till exempel informationsteknologi, informations samhäll och informationspåverkan. En vanlig definition av information föreskriver emellertid att *information består av strukturerad och meningsfull data* (Adriaans 2020; Floridi 2009).⁴ ”Meningsfull” ska här tolkas brett, som att informationen betyder något för mottagaren. Med detta vill Floridi påpeka att innehåll som inte följer de språkliga och formmässiga konventioner som finns i ett givet sammanhang inte kan betraktas som information i strikt mening. Ur denna grundläggande förståelse av ”information” och ”miljö” kan vi härleda en tentativ definition av informationsmiljön som

de fysiska och/eller sociala sammanhang inom vilka strukturerad och meningsfull data skapas, sprids och förändras.

Definitionen av miljö ovan pekar på sammanhang där något ”sker och utvecklas”. Detta har här översatts till *skapas och sprids* (information som ”sker”) och *förändras* (information som ”utvecklas”). Informationsmiljön *påverkar och påverkas* av de fysiska och sociala processer där information behandlas. Precis som med andra sammanhang, till exempel klimatet, påverkar en enskild person vanligtvis inte sin miljö nämnvärt, men det aggregerade beteendet hos ett kollektiv är utslagsgivande för dess utveckling. Vissa faktorer har rimligtvis större betydelse än andra och kan därför ha större inverkan på informationsmiljön. Här betraktas alltså informationsmiljön som en mer interaktiv struktur, som förändras över tid och som enskilda människor också kan påverka.⁵

2.1.2 Informationspåverkan

En del av föreliggande undersökning studerar förekomsten av informationspåverkan under den svenska valrörelsen 2022. Begreppet definieras här som

potentiellt skadlig kommunikation och riktade försök att i hemlighet vilseleda en målgrupp i syfte att påverka dess politiska uppfattningar, beteenden och beslutsfattande (jmf. Svenonius 2021a).

”Skadlig” ska här tolkas snävt och betyder att informationen på ett påtagligt sätt skulle kunna ge upphov till negativa effekter för samhället, men det inkluderar också sätt att

² Det kan emellertid även betyda *mitt* eller *mitten* av något. Se: Svenska Akademiens Ordbok, uppslagsord ”miljö”, https://svenska.se/saob/?id=M_0805-0339.75GB (senast tillgänglig 2023-01-04).

³ I original ”the physical or social setting in which something occurs or develops”. Se: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/milieu> (senast tillgänglig 2023-01-04).

⁴ Floridi diskuterar också sanningsenlighet som ett kriterium för att kunna utvinna kunskap ur information.

⁵ Se Nilsson, Olsson och Ekman (2022a) för en mer omfattande genomgång av informationsmiljöbegreppet.

försöka avhålla människor från att delta i det offentliga samtalet eller spä på psykologisk stress och oro. Kärnan i definitionen ligger vidare i frågan om *riktade försök*, dvs. att påverkansförsöken ska ske avsiktligt, och i den *förtäckta vilseledningen*, dvs. att en part på ett eller annat sätt blir manipulerad utan att veta om det.⁶ I den utsträckning som sådan verksamhet sker koordinerat kan begrepp som ”kampanj” vara lämpliga.

Det bör påpekas att i det svenska psykologiska försvaret vägleds arbetet av en lite annorlunda definition. Av demokratiska och förvaltningspolitiska skäl är det i försvarssammanhang viktigt att informationspåverkan har sitt ursprung hos främmande makt.⁷ Myndigheten för psykologiskt försvar (MPF), Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) och Medieinstitutet Fojo definierar exempelvis begreppet som följer:

Informationspåverkan är potentiellt skadlig kommunikation som främmande makt eller deras ombud ligger bakom, medvetet eller omedvetet. Informationspåverkan används för att stödja främmande makts agenda och utformas så att den utnyttjar uppfattade sårbarheter i samhället (MSB, MPF, och Medieinstitutet Fojo 2022, 7).

I den här undersökningens sammanhang är det en för snäv definition eftersom vi varken kommer att kunna, eller avser att, med säkerhet slå fast om ett påverkansförsök har sitt ursprung hos främmande makt eller inte. Intentionen med informationspåverkan kan närmast avläsas genom dess innehåll eller metoder. Ett exempel är fallet med den falska kommunpolitikern som beskrivs i kapitel 6 – detta konto gjorde ett riktat försök att få valfusk-hashtaggen att trenda på Twitter under valkvällen den 11:e september 2022, just när diskussionen om valfusk höll på att svalna av. Det är i detta fall inte möjligt att utreda bakgrunden till försöket; inte heller om det finns en koppling till främmande makt. Ändå är det enligt vår definition fråga om just informationspåverkan. Detta visar på skillnaden i syftet med den begreppsapparat som används i förvaltningsmässiga sammanhang och de bredare perspektiv som används här, i en vetenskaplig undersökning.

2.1.3 Valfuskfrågan och dess målgrupp

Ett centralt tema för undersökningen är valfusk. Här avhåller vi oss dock från att på förhand definiera vad som är och inte är valfusk. Diskussioner om valfusk är snarare något som studeras i undersökningen. Exempelvis beskrivs hur användare på sociala medieplattformar diskuterar hur, när och varför valfusk kan tänkas ske.

För att förstå varifrån diskussioner om valfusk förekommer är det viktigt att ha kunskap om vilka som engagerar sig i denna fråga. Johansson m.fl. (2022) har studerat målgruppen som, generellt sett, inte litar på det svenska valsystemets integritet. Inom ramen för en enkätundersökning baserad på ett slumpmässigt urval med förhållandevis god svarsfrekvens (46 %) ställdes ett antal frågor om politiska åsikter, medieanvändning med mera, inklusive om tilltro till valsystemet. I undersökningen finns ett mycket starkt samband mellan just misstro mot valsystemet och partisympatier till Sverigedemokraterna (SD) och politiska positioner till höger generellt:

Allra tydligast är att de som sympatiserar med Sverigedemokraterna har ett lägre förtroende för valprocessen. Därtill finns det även ett statistiskt samband mellan att positionera sig till höger politiskt och att inte lita på att valprocessen går rätt till (Johansson m.fl. 2022, 5).

I undersökningen använder författarna misstro mot valsystemet som ett sätt att definiera sårbarhet för informationspåverkan generellt, vilket givet definitionen ovan möjligtvis är en långtgående slutsats. Det som undersökningen däremot med stor tydlighet visar är att diskussionen om valfusk, generellt sett, i första hand riktar sig till och stöds av den del av väljarkåren som röstar på SD och högersidan i politiken. Som vi diskuterar i kapitel 5 är det därför inte förvånande att diskussionerna om valfusk ebbar ut under valdagen den 11:e september 2022, eftersom valresultatet visade ett starkt stöd för just SD.

⁶ Ett liknande resonemang förs av Jeangène Vilmer m.fl. (2018, 21).

⁷ För att inte inkräkta på den enskildes rättigheter. Se Andersson (2023), som för ett utvecklat resonemang om dessa frågor ur ett rättsvetenskapligt perspektiv.

I materialet om valfusk beskrivs diverse felaktigheter i samband med valet. För att inte skapa missförstånd om sakfrågan vill författarna till denna rapport understryka att det svenska valsystemet är motståndskraftigt mot manipulation. Denna utgångspunkt grundar sig på en detaljerad förståelse av hur valsystemet fungerar, baserad på den forskning som FOI har utfört och vars huvuddrag redovisas i figur 1.

2.1.4 Icke-autentisk aktivitet

Inom ramen för denna studie avser ”riktade försök att vilseleda” till exempel så kallat ”icke-autentiskt beteende” som ger uttryck för politiska åsikter. Det kan vara i form av köpta konton eller annan icke-autentisk aktivitet online och kan exempelvis påvisas genom att en grupp konton publicerar identiskt innehåll. Ett sådant beteende kan indikera att de är en del av den omfattande industri som producerar icke-autentisk aktivitet på sociala medieplattformar (Bay, Fredheim, m.fl. 2022; Bennett och Livingston 2018). I vissa fall kan syftet med vilseledningen härledas genom innehållet som publiceras. I studiens underlag finns bland annat en grupp konton på Instagram som först publicerade identiska innehåll med syfte att stödja konservativa eller nationalistiska partier i Sverige, för att direkt efter valdagen ändra fokus och publicera pro-ukrainskt innehåll. Sådant innehåll är uppenbart icke-autentiskt; förmodligen rör det sig om köpta konton som antingen styrs av en programvara eller en människa som agerar efter instruktion. Sådana fall där kontons aktivitet inte är genuin kallas här ”icke-autentisk”. Om beteendet uppvisar likheter med sådant som vanligen påvisas av automatiserade konton, som till exempel hög retweet-ratio, hög publiceringsfrekvens, hög grad av synkronisering med andra liknande konton (Fernquist m.fl. 2019; Yang m.fl. 2019), beskrivs det i kapitel 6 som ”botliknande beteende”. Det bör förstås som en underkategori till det mer allmänna ”icke-autentisk aktivitet”.

Det svenska valsystemet – en kort sammanfattning

Den svenska valadministrationen utgörs av flera myndigheter, med Valmyndigheten som huvudaktör. Myndigheten har ansvar för genomförande, planering och samordning samt fastställande av resultaten till riksdagsval och val till Europaparlamentet. Uppdraget inkluderar att informera väljarna om valens genomförande, med mera (Valmyndigheten 2022d).

Det svenska valsystemet är robust, svårt att manipulera och att påverka fysiskt (Bay, Paziraei, m.fl. 2022). Det beror bland annat på att röstmottagning och rösträkning är decentraliserat, sker huvudsakligen manuellt och att både mottagning och räkning är offentlig – vem som helst kan följa den på plats. När vallokaler stänger på valdagen genomförs det första av två steg i rösträkningsprocessen. Det resultat som presenteras på valdagen är preliminärt, det slutgiltiga fastställs först efter länsstyrelsernas rösträkning (Valmyndigheten 2022b). När en vallokal är klar med rösträkningen, rapporteras resultatet till de regionala valmyndigheterna via telefon, som registrerar resultatet i Valmyndighetens valdatasystem. Det visas då direkt på Valmyndighetens hemsida *val.se* men levereras också till ett antal medier, däribland SVT och Tv4 (Valmyndigheten 2022a). På så sätt kan medborgare ta del av det preliminära resultatet via Valmyndighetens hemsida och via nationell media, vilket exempelvis är viktigt i händelse av att *val.se* inte går att nå. Det aktualiserade 2018 när hemsidan under en tid låg nere på grund av en överbelastningsattack.

Ett återkommande missförstånd, noterbart också i denna studie, handlar om valsedlar. Vanligen är partinamnet förtryckt på respektive valsedel, men det finns även tomma valsedlar. De kan användas för att uttrycka en blankröst eller för att skriva dit ett partinamn för hand, exempelvis om ett partis valsedel saknas. Valsedlar med redan förtryckta partinamn ska finnas utlagda i valsedelstället för de partier som vid något av de två senaste valen fick minst 1 % av rösterna. Partierna kan själva distribuera valsedlar, exempelvis genom partireklam som skickas till hushåll. Det finns också valsedlar med kandidatlistor. Det är partiernas eget ansvar att distribuera dessa till vallokaler (Valmyndigheten 2022c). En brist på valsedlar kan alltså bero på ett partis beslut eller oförmåga att sköta denna distribution och behöver därför inte vara ett sabotageförsök.

För en mer djuplodad översikt av incidenter vid svenska val eller exempel på hot emot dem, se FOI:s rapporter *Incidenter under genomförandet av allmänna val i Sverige - Valen 2018 och 2019* av Bay, Paziraei, m.fl. (2022) och *Hot mot svenska allmänna val – Exempel och scenario för valadministrationen* av Bay, Thunholm m.fl. (2022).

Figur 1. Det svenska valsystemet – en kort sammanfattning.

2.1.5 Vilseledande information

Förekomsten av potentiellt vilseledande innehåll undersöks också inom ramen för denna studie. Ett vanligt sätt att definiera vilseledande information är det oavsiktliga ”spridandet av information som är helt eller delvis felaktig” (Jeangène Vilmer m.fl. 2018, 20), eller helt enkelt ”information som senare visar sig vara fel” (Ecker m.fl. 2022, 13). För denna studie är dessa definitioner för fasta vid sanningsfrågan; det handlar här oftare om en gråzon mellan sanning och lögn, missuppfattningar eller humor. En mer passande definition presenterades 2021 av huvudförfattaren. Enligt denna är vilseledande information:

Sådan uppgift som antingen kan visas vara direkt felaktig eller som, exempelvis om den tas ur sitt sammanhang, kan ge upphov till missuppfattning om ett sakförhållande eller dess betydelse. (Svenonius 2021a, 90)

Vilseledning är här löskopplat från avsikts- och spridandedimensionerna och handlar mer om vilken effekt som uppnås (missuppfattningen). Utifrån denna definition är det enklare att diskutera till exempel valfusk-frågan i termer av missuppfattningar snarare än direkta lögner.

2.1.6 Narrativ

Utöver frågan om vilseledande innehåll är narrativ särskilt intressant för undersökningen och frågan om en svensk ”stop-the-steal”-kampanj. Narrativ kan betraktas som en meningsbärande retorisk devis som skapar igenkännande samtidigt som det förmedlar affekt och på så sätt frammanar känslor (Eberle och Daniel 2019; Laclau 2005). Narrativ, som är en del av en informationspåverkanskampanj, kan definieras som ”narrativ är skapade av berättelser som används illegitimt med syfte att påverka den fria opinionsbildningen i liberala demokratier, till förmån för främmande makt, eller deras ombud.” (Cepuritis m.fl. 2020, 20).

I den kvalitativa kodningen av inlägg från sociala medier ingick en parameter med koppling till de narrativ som ryska aktörer under lång tid har riktat mot Sverige och som har studerats av Deverell, Wagnsson och Olsson (2021). För att passa undersökningen och för att inte överbelasta kodningsprocessen begränsades antalet kodade narrativ till tre.⁸

- *Polariserande innehåll* i betydelsen att de förstärker en negativ syn på specifika grupper i samhället och betonar ett ”vi och dem”-tänk.
- Innehåll som *sprider misstro* eller konspirationsteorier mot svenska myndigheter eller offentlig sektor.
- *Passiviserande innehåll*, i betydelsen att den sprider misstro specifikt mot valsystemet och/eller försöker avhålla medborgare från att rösta.

Dessa bygger på andra fall av informationspåverkan, där framförallt polariserande, misstroendeinriktade och passiviserande budskap har dominerat (Deverell, Wagnsson, och Olsson 2021). Liknande narrativ beskrivs av Marnot och Juurvee (2020) i deras analys av narrativ i ryska statliga medier. I kodningen kunde det således anges om ett inlägg ansågs bidra till en sådan ”berättelse” om Sverige och det svenska valsystemet.⁹

2.2 Tidigare forskning om informationsmiljö

Det är inte självklart att studera attityder och kommunikation som förekommer i samhället i termer av just informationsmiljö. Diskursforskning, socialpsykologi och analys

⁸ Notera att dessa narrativ inte är illegitima *prima facie*. Snarare handlar det om ett sätt att uppmärksamma en viss typ av innehåll. Kodningen avgjorde inte om ett innehåll var t.ex. polariserande eller inte (under en valrörelse förekommer sådana fall ofta). Hade omfattande och uppenbar utländsk påverkan förekommit hade dessa kategorier varit mer betydelsefulla än de i slutändan blev.

⁹ Kodningsinstruktion återfinns i Appendix.

av politiskt deltagande eller aktivism är vanliga sätt att närma sig en liknande problematik. De skiljer sig från studier av media och kommunikation på olika sätt. Diskursteori, i dess olika varianter, utgår vanligtvis från en maktteori där makt och språk är intimt sammankopplade (Glynos m.fl. 2009). Socialpsykologi studerar bland annat hur människors självbild och förståelse av omvärlden präglas av de sociala sammanhang som de befinner sig i (Cialdini och Goldstein 2004; van Prooijen och Douglas 2018). Analys av politiskt deltagande fokuserar på hur och när människor väljer att delta i politiska sammanhang (Dahlgren 2018; Vaccari och Valeriani 2018). Att beskriva samhället utifrån informationsmiljö-terminologin ger ytterligare perspektiv på hur demokratin tolkas av de demokratiska subjekten, samtidigt som det ger en bild av det sätt som dagens digitala informationsteknologi är med och formar den kommunikation som kringgärdar ett allmänt val.

I medie- och kommunikationsvetenskapen, där informationsmiljö-begreppet har sin huvudsakliga hemvist, används det vanligtvis i fråga om hur nyheter produceras, sprids och konsumeras. Vissa standardverk har påverkat utvecklingen. Forskning som jämför olika nationella särdrag avseende exempelvis nyhetskonsumtion utgår ofta från Hallin och Mancinis inflytelserika bok *Comparing Media Systems* (2004), vilken i stor utsträckning har präglat medie- och kommunikationsvetenskapen. I en nyligen publicerad studie där Hallins och Mancinis ramverk används definieras till exempel den ”politiska” informationsmiljön som ”utbudet och efterfrågan av nyheter och information om politik och samhälle” och de många ”sätt att bli exponerad för och att producera politisk information” (Castro m.fl. 2022, 2). Det har dock förekommit en bred repertoar av definitioner, alltifrån mått på kvalitet och kvantitet i nyhetsinformationen (Aalberg, van Aelst, och Curran 2010), typ av dominant medieslag (t.ex. tidningar/tv) (Shehata och Strömbäck 2011) till nationell kultur av nyhetskonsumtion (Toff och Kalogeropoulos 2020). Här finns även mer abstrakta definitioner som ”användningen av olika nyhetskällor, online och offline, såväl som vanor [i konsumtion av, *red. anm.*] politisk information och politiska attityder, kognitioner och beteenden” (Castro m.fl. 2022, 7);¹⁰ och ”exponering för information och informationens tillgänglighet” (Banducci, Giebler, och Kritzinger 2017, 572). Informationsmiljö som vetenskapligt begrepp i den här forskningen handlar alltså primärt om olika sätt på vilka människor konsumerar nyheter. Forskningen om mediasystem är framförallt fruktbar om vi vill jämföra mellan olika länder.

Utanför medie- och kommunikationsvetenskapen används begreppet bredare. Det betecknar ofta långt mer än bara nyhetskonsumtion. I en rapport från FOI definierades exempelvis informationsmiljön nyligen som av ”nätverksrelationer mellan informationsteknik, information och aktörer” som ett sätt att beskriva det komplexa sammanhang av aktörer, kommunikationskanaler, institutionella ramar och tekniska system som påverkar människors tillgång till information (Nilsson, Olsson, och Ekman 2022a, 10).¹¹ Floridi, som nämndes i avsnittet ovan, benämner själv informationsmiljön som ”alla informationsprocesser, -tjänster och -företeelser, vilket således inkluderar informationsaktörer såväl som deras egenskaper, interaktioner och ömsesidiga relationer” (Floridi 2010, 9).¹² Ett stort antal ytterligare definitioner finns givetvis, inklusive de militära förståelserna av informationsmiljön som operationsmiljö,¹³ men för vårt vidkommande är ovanstående fullt tillräckliga för att förstå vad den är och inte är ur en teoretisk synpunkt.

I den här undersökningen närmar vi oss informationsmiljö-begreppet dels i samband med en valrörelse, dels avgränsad till fyra sociala medieplattformar (se kapitel 3 och Appendix 1-2). Här betraktas alltså informationsmiljön ur ett lite annorlunda perspektiv där vi försöker se till specifika aspekter (valfusk, informationspåverkan) samtidigt som

¹⁰ I original: “the use of different offline and online news outlets as well as political information habits and political attitudes, cognitions, and behaviors.”

¹¹ Se även t.ex. Porsche m.fl. (2013, 11): “aggregate of individuals, organizations, and systems that collect, process, disseminate, or act on information.” Se även t.ex. Porsche m.fl. (2013, 11): “aggregate of individuals, organizations, and systems that collect, process, disseminate, or act on information.”

¹² Definitionen är svåröversatt. I original: “all informational processes, services, and entities, thus including informational agents as well as their properties, interactions, and mutual relations.”

¹³ Se till exempel Cepuritis m.fl. (2020).

vi vill hålla idén om vilken information som cirkulerar ”där ute” och som människor möter i sin vardag vid liv. I analysen nedan blir detta tydligt: vi börjar i diskussioner om valet i allmänhet för att sedan snäva av frågan mer till valfusk och därefter informationspåverkan.

2.3 Tidigare forskning om valrörelser

Även under föregående allmänna val studerade forskare den digitala informationsmiljön för att bättre förstå huruvida Sverige var utsatt för någon typ av informationspåverkan av utländska aktörer och hur digitala diskussioner om valen kom till uttryck. Undersökningarna publicerades bland annat i tre rapporter, vars resultat övergripande presenteras i detta kapitel och ger en bakgrund till föreliggande studie. Därutöver redogörs för en norsk rapport som analyserar påverkan mot stortingsvalet 2021. Undersökningarna utgör en forskningsbakgrund som tjänar som utgångspunkt för den föreliggande rapporten.

2.3.1 Riksdagsvalet 2018

London School of Economics och Institute for Strategic Dialogue fokuserade i rapporten ”Smearing Sweden” (Colliver m.fl. 2018) på att spåra om utländska aktörer försökte påverka den svenska valrörelsen. De undersökte bland annat ryskt statligt stödd media och om automatiserade konton spred vilseledande information eller desinformation för att påverka valen till enskilda partiers fördel. Dessutom analyserades om alternativhögergrupper i Nordamerika och Europa agerade i den svenska informationsmiljön. Därtill analyserades i vilken grad utländska aktörer försökte svartmåla Sverige internationellt. Resultatet visade att ryska Sputnik och RT uttryckte stöd för ytterhögergrupper i sina engelska, tyska och franska upplagor. Enligt rapporten var denna kampanj snarare riktad mot en internationell publik än mot en svensk. De verktyg som noterats i tidigare valrörelser användes inte i Sverige men vissa tekniker för att på konstgjord väg förstärka ett budskap identifierades. Dessa bedömdes inte vara koordinerade eller styrda av en internationell aktör, i alla fall inte en identifierbar och synlig sådan. De var ofta inriktade på att förstärka positivt innehåll om SD och negativt innehåll om Socialdemokraterna (S). Studien identifierade 55 särskilt aktiva konton, vilka uppvisade automatiserade tendenser. Ett av kontona kunde antas ha använts tidigare till liknande ändamål, fast då riktat mot andra länders valrörelser. Det mest framträdande narrativet som identifierades var anklagelser om valfusk; över 2000 studerade inlägg på Twitter handlade om valfusk. Slutsatsen var att 2018 års valrörelse inte följde samma mönster som flera andra länders hade gjort i närtid. Aktörer som försökte påverka valresultatet genom informationspåverkan hade, menade författarna, inte särskilt stor framgång.

Forskare på FOI studerade valrörelsen i en studie om politiska botar på Twitter (Fernquist, Kaati, Akrami, Asplund Cohen, m.fl. 2018). I studien undersöktes 60 000 tweets, producerade av ca 45 000 konton. Med hjälp av maskininlärning klassificerades kontona, som twittrat under hashtaggen #svpol och #val2018, som genuina eller automatiserade (alltså botar). Studien fokuserade på politiska botar som användes för att på olika sätt påverka den allmänna opinionen, exempelvis genom desinformation, spridning av falska nyheter eller förstärkning av specifika budskap. Runt 16 % av de undersökta kontona klassades som botar, vilket är samstämmigt med vad andra forskare har sett på Twitter generellt (Maxwell 2022). Den totala siffran över tid kan dock ha varit högre; under undersökningsperioden (5 mars till 20 augusti 2018) stängdes flera konton av eller raderades. Botaktiviteten ökade när valdagen närmade sig. I högre grad än genuina konton länkade botarna till alternativmedier som Samhällsnytt, en ”alternativ” nyhetsportal som ligger nära Sverigedemokraterna (SR Medierna 2020), och Fria tider, även den ett exempel på ”alternativmedia”. I jämförelse med genuina konton var det 40 % vanligare att de uttryckte stöd för SD. Detta har inte ändrats utan samma förhållanden återfinns i 2022 års valrörelse.

På uppdrag av MSB genomförde FOI en studie av digitala diskussioner om riksdagsvalet (Fernquist, Kaati, Akrami, Pelzer, m.fl. 2018). I undersökningen analyserades inlägg publicerade i kommentarsfält på Samhällsnytt, Nordfront (en nyhetsportal för Nordiska

motståndsrörelsen), inlägg på Flashbacks forum ”Politik: inrikes” och Familjelivs forum ”Samhälle”. Studien fann att diskussionen om valfusk ökade när valdagen närmade sig och var som mest intensiv dagen efter valet (till skillnad från 2022 års valrörelse, se nedan). Upplevelser av valfusk diskuterades, även om det sällan specificerades hur det hade gått till. Det uttrycktes misstankar mot myndigheter och olika grupper i samhället, samt att S skulle ha organiserat valfusk för att behålla makten. Studien drog slutsatsen att det är av vikt att digitala diskussioner om valfusk och den därtill identifierade bristande kunskapen om den svenska valprocessen, tas på allvar. Om missförstånden inte klargörs ökar risken för spridning av konspirationsteorier.

2.3.2 Riksdagsvalet 2022

På uppdrag av Valmyndigheten studerade Lisa Kaati på nytt digitala diskussioner i samband med de svenska valen 2022 (Kaati och Shrestha 2023). Syftet var att studera hur rädslor, påståenden och frågor om valen diskuterades på sociala medier för att på så sätt bättre förstå potentiella hot och risker mot valens genomförande. I studien analyseras användargenererade inlägg på Flashback, Reddit, Familjeliv och Twitter, postade mellan den 1 augusti och 18 oktober 2022.¹⁴ Resultatet visar att de digitala diskussionerna övergripande handlade om oegentligheter vid valens genomförande, exempelvis under förtidsröstningen eller vid transport av valsedlar och röster. Diskussionerna om valfusk innefattade narrativ som delvis byggde på tidigare händelser, såsom överbelastningsattacken mot *val.se* 2018. Inläggen identifierades på Twitter med hjälp av sökord som ”valfusk”, ”val2022” och ”svpol”. På Flashback, Reddit och Familjeliv undersöktes specifika underforum. Analysen utgår från fyra teman; förtidsröster, valsedlar, röstning och rösträkning samt valfusk. Valfusk diskuterades mest flitigt på Twitter. Inläggen handlade huvudsakligen om aktörsorienterade anklagelser om valfusk. Tweets om andra länders val refererade framförallt till USA och stormningen av Kapitolium. På Twitter och på diskussionsforumen förekom referenser till konspirationsteorin om ”den djupa staten”, som anklagas för att ligga bakom valfusk.¹⁵ Författarna uttalar sig inte om huruvida det förekom icke-autentisk aktivitet eller informationspåverkan under valrörelsen.

2.3.3 Det norska stortingsvalet 2021

Försvarets forskningsinstitut (FFI) undersökte huruvida det norska stortingsvalet 2021 hade utsatts för rysk eller kinesisk påverkan (Grendahl Sivertsen m.fl. 2022). Analysen utgick från en modell om hur främmande makt utövar påverkan: 1) genom offentliga politiska kanaler, 2) genom egna medier, 3) genom sponsrade webbsidor, 4) via sociala medier och 5) medelst cyberangrepp eller dataintrång. FFI:s studie testade hypotesen att stortingsvalet *inte* hade påverkats av ryska eller kinesiska aktörer, med utgångspunkt i dessa fem ”pelare” och använde data från Twitter, Facebook och från norska internet-sidor. Resultatet redovisades i fyra delstudier, av vilka de avseende icke-autentiskt beteende och diskussioner om valfusk är mest relevanta för vår studie. Författarna använde bland annat Botometer, ett verktyg för botdetektion, för att identifiera icke-autentiskt beteende.¹⁶ Ingen av delstudierna drar slutsatsen att det förekom omfattande påverkan på stortingsvalet, men de identifierade flera mindre nätverk som spred officiella ryska och kinesiska ståndpunkter.

Den norska undersökningen hade ett bredare fokus än föreliggande studie men likt andra undersökningar begränsades den delvis av brist på material om till exempel grupper på Facebook. Det betyder att författarna inte kunde dra långsgående slutsatser utifrån tillgängligt material. Den utgör ändå den hittills mest omfattande systematiska forskningsinsatsen om valpåverkan i Norden.

¹⁴ Som diskuterades i kapitel 1 har studien likheter med denna studie, bland annat genom att delvis samma material undersöks.

¹⁵ Den ”djupa staten” är ett sätt att beskriva ett tänkt nätverk av mäktiga aktörer som ”ostraffat verkar genom och utanför den officiella statsstrukturen” (Ertür 2016, 177; se även Braun 2019).

¹⁶ Botometer har också använts i denna studie, se avsnitt 6.3.

2.4 Slutsatser

Ovanstående kapitel har belyst undersökningens teoretiska utgångspunkter från tre perspektiv. Först definierades de begrepp som är bärande för undersökningen. Därefter diskuterades forskning om informationsmiljö och vad det betyder att studera den. Till sist presenterades ett antal verk där forskare från bland andra FOI och FFI har analyserat valrörelser.

Framställningen ovan utgör utgångspunkten för den undersökning som här rapporteras. Från den tidigare forskningen har inspiration tagits till analysmetod, sökbegrepp och verktyg. I viss utsträckning återskapar denna studie delar av FFI:s och FOI:s undersökningar, däremot är begreppsapparaten lite annorlunda än den som till exempel FFI använde. Det gäller bland annat frågan om främmande makt, där FFI:s undersökning har ett tydligare fokus på Ryssland och Kina.

Den medievetenskapliga forskningen som diskuterar i 2.2 kommer från ett helt annat perspektiv. Som redogjorts ovan, behandlas informationsmiljön traditionellt som ett sätt att beskriva hur information – oftast nyheter – konsumeras i ett givet sammanhang, även om studierna har olika fokus. Vissa analyserar medieslag, andra innehållsliga faktorer som vilka typer av nyheter eller teman som dominerar. I en värld där redaktioner är de informationskällor som undersöks blir informationsmiljö-begreppet synnerligen statistiskt eftersom fokus ligger på vilken information som människor möter; de kan inte påverka den eller skapa egna nyheter. I föreliggande rapport tolkas informationsmiljön därför bredare, som en interaktiv struktur snarare än en totalitet. Om frågan tidigare var ”Vilken information möter människor i ett givet sammanhang?” är den idag ”Hur interagerar människor, givet den information som finns tillgänglig och de möjligheter för kommunikativt handlande som står dem till buds?” Denna uppfattning ligger till grund för ansatsen som används här.

De undersökningar som presenteras här utgör med andra ord utgångspunkten för den föreliggande undersökningen. I nästa kapitel presenteras kortfattad den metod som har använts. En mer utförlig beskrivning återfinns i Appendix.

3 Undersökningsdesign

Denna rapport presenterar en undersökning av en specifik del av informationsmiljön och dess innehåll på fyra sociala medieplattformar: Instagram, Tiktok, Twitter och Youtube. Fokus ligger på vad som publiceras, av vem, hur ofta och hur mycket. Undersökningen är en fallstudie av informationsmiljön på sociala medier under en valrörelse och kan inordnas i en population av ytterligare fall både i Sverige och internationellt.

Forskningsdesignens tyngdpunkt ligger på en tolkande ansats: det rör sig om en undersökning vars mål är att tolka information eller att förstå ett specifikt fenomen, snarare än att påvisa ett orsaksförhållande (Blaikie 2000, 74f). Undersökningen är en vidareutveckling av ett tillvägagångssätt som användes i en tidigare studie utförd vid FOI, *Russinmask eller Panik?* (Svenonius 2021b). Material från ett flertal källor hämtas in genom ingående observation av aktivitet på sociala medier, men även traditionell nyhetsmedia som tidningar och public service-bolagens digitala publikationer har tjänat som underlag till studien (se Appendix 1, avsn. 6). Metoden kan närmast beskrivas som uppkopplad etnografi (Hart 2017; Winter och Lavis 2020) eller digital hermeneutik (Fickers och Tatarinov 2022); båda ansatser som försöker skapa beskriva och förstå människors perspektiv i ett givet sammanhang.

Undersökningen bygger på både kvalitativ och automatiserad insamling från öppet publicerat material¹⁷ på sociala medier, där relevanta konton och inlägg identifieras och kodas till ett dataset med hjälp av så kallade "hashtags", eller nyckelord. Bilden av informationsmiljön byggs alltså genom att studera den aktivitet, de händelser och de aktörer som tillsammans skapar den del av informationsmiljön som analyseras. Målet med undersökningen är ge en så valid beskrivning av miljön på sociala medier i samband med valrörelsen som möjligt, samtidigt som omfattningen behöver vara hanterbar. Därför valdes de mest populära sökord och hashtaggar och så täcktes en så stor andel av diskussioner om valrörelsen som möjligt. Tidigare forskning från valrörelsen 2018 (se kapitel 2 ovan) var också bidragande till urvalet av sökord

De sökord som användes var "valfusk", "Sverige valfusk", "val2022", "valet 2022", "röstarrätt", "Almedalen", "Almedalen 2022" och "påverkan". Som redogjorts i kapitel 2 är de begrepp som även använts i andra studier.

Två förfaranden användes i den kvalitativa inhämtningen. *Normalförfarandet* innebär en detaljerad kodning. Varje hashtag har studerats kronologiskt från den 1 juli fram till och med den 18 oktober 2022. Respektive inlägg har loggats utifrån samma kategorier som innehåll på andra plattformar (se Appendix). I normalförfarandet kodades varje inlägg med upp till tre teman. Även bilder, bildtexter och eventuella ytterligare hashtaggar bedömdes. Därtill tillkom att göra en ytlig bedömning av kontot, i huvudsak utifrån huruvida det tillhör en privatperson, ett företag, en organisation eller annan aktör. I de fall där kontot har varit särskilt intressant, exempelvis om det har postat mycket intensivt under en specifik period eller om ett specifikt ämne, har det kontot studerats mer ingående för att etablera hur kontot använts. *Snabbförfarandet* togs fram som en alternativ metod för att möjliggöra en enklare kodning av större material. Det användes för att dokumentera specifika aspekter av informationsmiljön i samband med valrörelsen. Istället för att koda varje enskilt inlägg med beskrivning av innehåll så som i normalförfarandet användes bredare kategorier som byggdes på induktivt vartefter nytt innehåll kom till.

Undersökningens bidrag ligger i den empiriska redovisningen, med data från fyra sociala medieplattformar där vi i detalj går in och studerar olika mindre delar av informationsmiljön. Undersökningen skiljer sig åt från andra liknande studier i det breda greppet – normalt fokuserar forskare endast på en social medieplattform, framförallt Twitter eller Facebook (Gabarron, Oyeyemi, och Wynn 2021; Snelson 2016). Ändå täcker föreliggande studie endast en liten del av den samlade informationsmiljön. I Appendix beskrivs de avgränsningar, den tidsram och det tillvägagångssätt som använts närmare.

¹⁷ Med öppet publicerat material menas här inlägg som användare har postat från öppna konton.

4 Informationsmiljön under valrörelsen 2022

I detta kapitel presenteras analysen av informationsmiljön under den svenska valrörelsen 2022 utifrån de fyra undersökta sociala medieplattformarna. Initialt ges en kortfattad beskrivning av huvudsakliga teman i den politiska debatten under valrörelsen. Därefter analyseras den aktivitet och de händelser i informationsmiljön som framträder i data-underlaget. Först ser vi till informationsmiljön på sociala medier generellt, därefter presenterar vi de teman som dominerar i olika delar av vårt material. I framställningen används både de fullständiga partinamnen såväl som bokstavsförkortningarna.¹⁸

4.1 En kort sammanfattning¹⁹

Efter en dramatisk mandatperiod med en världsomspännande coronapandemi, Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina, en osäker världsekonomi, en radikal kursförändring i den svenska säkerhetspolitiken genom en ansökan om Natomedlemskap samt en alltjämt pågående global debatt om klimatförändringar²⁰ var den svenska valrörelsen 2022 i mångt och mycket fokuserad på plånboks- och trygghetsfrågor. Tryggheten blev central i kriminalpolitiken, i migrationspolitiken och i energipolitiken (Giritli-Nygren och Olofsson 2022). Till stor del har det sannolikt att göra med den oroliga omvärlden, men även på grund av den ökande grova brottsligheten. Den kriminalpolitiska debatten var central och tog sig, likt 2018, ofta uttryck i förslag om strängare straff, hårdare tag mot kriminella och ökade satsningar på polis och rättsväsende (Rostami 2022).

Sedan 2021 har el- och energiförsörjning varit en het politisk fråga, bland annat på grund av höga elpriser, varierande tillgång till el i landet och att det i princip råder konsensus om att det kommer att krävas betydligt mer el i framtiden om den gröna omställningen ska kunna genomföras. Det föranledde frågan om det svenska energisystemets utformning, vilken kom att bli ett dominerande tema i valrörelsen, inte minst kärnkraftens vara eller icke-vara (Berglez 2022). Som en konsekvens av de höga elpriserna lovade också samtliga partier någon typ av kompensation till hushåll och företag. Förslagen såg olika ut men hade samma budskap; att staten skulle bidra till att bära kostnaderna.

Ett annat ämne som starkt framträdde i debatten var frågan om hur mycket en liter drivmedel egentligen ska kosta. För många svenskar var detta en högt prioriterad fråga. Under 2022 slog bränslepriset nya rekord, redan i januari låg priset på osedvanligt höga nivåer och höjdes ytterligare efter den ryska fullskaliga invasionen av Ukraina 24 februari (Statistiska centralbyrån 2022). De höga priserna följde med under året och präglade även valrörelsen (Calmfors 2022).

Regeringsfrågan och vilka partier som skulle utgöra regeringsunderlag var delvis i blickfånget, men inte närmelsevis lika mycket som under 2018 när Alliansen splittrades i synen på förhållandet till SD. M och KD kommunicerade på förhand att de var villiga att ha SD som stödparti, även om de stod fast vid att partiet skulle stå utanför regeringen. Samma tydlighet om vilka partier som ingick i ett socialdemokratiskt regeringsunderlag fanns inte, vilket föranledde viss debatt (Aylott 2022).

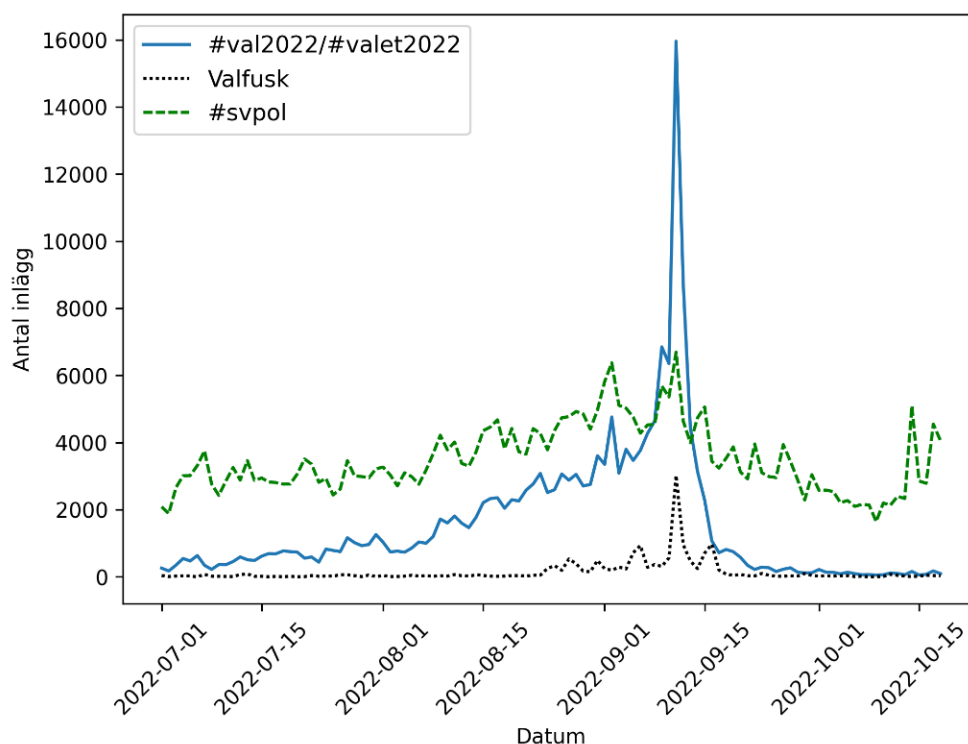
¹⁸ Se Sveriges Riksdags hemsida <https://www.riksdagen.se/sv/ledamoter-partier/> [2023-03-01] för en förteckning av riksdagspartierna.

¹⁹ Nedanstående framställning baseras på bidrag i: Bolin, m.fl (red.) 2022. *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*. Sundsvall: Mittuniversitetet. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> [30 januari 2023].

²⁰ På förhand beskrevs valet 2022 som det första val där "generation Greta" skulle få rösta, vilket skulle ha en positiv inverkan på miljö- och klimatpolitikens genomslag i valrörelsen. Det blev dock inte fallet, unga skattade inte miljö- och klimatfrågan högre än andra åldersgrupper. MP, tillsammans med L, fick t.o.m. det lägsta stödet av samtliga partier bland unga mellan 18-21 (SVT Nyheter 2022).

4.2 Sociala medier under valrörelsen

Dessa teman är viktiga för den kontextuella förståelsen av valrörelsen 2022. Vi kommer att återkomma till dem i rapporten. I det dataunderlag som samlats in under projektet framträder informationsmiljön under valrörelsens initiala fas som relativt fragmenterad. Det är en påtaglig dominans av aktivitet som tematiserar SD och frågor som migration, kriminalitet, negativa yttringar om S samt missnöje mot politiker, särskilt på Tiktok och Twitter. Under hela valrörelsen diskuteras exempelvis "sosseriet" främst, men inte uteslutande, av SD-sympatisörer och hur det ska ha påverkat Sverige negativt. Det är relativt lite innehåll som porträtterar övriga partier i negativ dager. Under den initiala fasen råder en förhållandevis lugn stämning och den mer aggressiva ton som senare ska komma att karaktärisera valrörelsen har ännu inte slagit an. Partierna försöker nå ut med sakpolitiska förslag och nyhetsrapporteringen om valet ligger under juli på ett genomsnitt om cirka 130 publiceringar per dag sett till hela landet; ett genomsnitt som bärs upp av uppmärksamheten kring Almedalsveckan som utgör inledningen på studiens undersökningsperiod (se Appendix).



Figur 2. Aktivitet på Twitter under perioden 1/7-18/10 2022.

Figur 2 ovan framställer samtliga inlägg på Twitter under #val2022 och #valet 2022. Det är en aktivitet som totalt motsvarar ca.165 000 inlägg. I diagrammet syns även diskussionen om valfusk, som kommer att analyseras i nästa kapitel. Som jämförelse har #svpol, som står för ett jämnt flöde av inlägg, adderats (totalt ca 385 000 inlägg). Figuren visar tydligt hur aktiviteten i de valrelaterade hashtagarna går upp under augustis andra vecka – det är då valrörelsen börjar på allvar. Från den 8-9:e augusti 2022 intensifieras aktiviteten på Twitter och kulminerar på valdagen med ca 16 000 inlägg. Därefter avtar aktiviteten under de valrelaterade hashtagarna av naturliga skäl snabbt. Mediebevakningen fortsätter på hög nivå, om än i fallande takt, och avtar efter regeringsbildningen den 18:e oktober 2022 (se Appendix 5).

4.2.1 Minskad aktivitet generellt

Värt att notera är att aktiviteten under valrörelsen 2022 är betydligt längre än under motsvarande period 2018. På Twitter publicerades då över 240 000 inlägg; 2022 innebär

en minskning med 32 %. Även på Instagram finns motsvarande skillnad – där är minskningen 28 % jämfört med 2018.²¹ Sett till mängden redaktionellt material, alltså nyhetsrapporteringen, är valrörelserna 2018 och 2022 däremot i princip identiska med ca 30 000 publiceringar under respektive period (se Appendix 5).

Vad skillnaden i aktiviteten på sociala medier beror på är svårt att säga. Två viktiga skillnader i informationsmiljön mellan valrörelserna är dels att plattformen Tiktok idag spelar en stor roll, dels SD:s mediesatsning *Riks* som fått förhållandevis stort genomslag (Holt 2022). Riks och SD:s officiella konto är de två partipolitiskt anknutna konton som enligt Medieakademin har högst räckvidd och engagemang på Youtube i Sverige under 2022 (Karlsten m.fl. 2022).²² Förändrade användarbeteenden, som minskad användning av hashtaggar och fler privata konton, kan också ha påverkat omfattningen på den publika diskussionen.

Tabell 1. Central- och spridningsmått för gilla-markeringar inom #val2022 och #valet2022 på Twitter.

	Twitter API			Manuell sökning	
Sortering	Ingen	Ej reply/ retweet/ quote	>200 likes, ej reply/ retweet/quote	#valet2022 >100 likes	#val2022 >100 likes
N	164509	52454	784	151	321
Medeltal	335 ²³	14	522	730	753
1:a kvartil	3	0	254	410	417
Median	47	1	358	561	584
3:e kvartil	332	4	587	832	889
Max	10151	10151	10151	2864	10151
Min	0	0	200	178	121

4.2.2 Ett mindre antal konton dominerar

Om vi ser till Twitter är själva aktiviteten omfångsrik men de allra flesta inlägg genererar få eller inga gilla-markeringar (*likes*). Beskrivande mått för aktiviteten återfinns i Tabell 1 ovan. I datamängden som omfattar samtliga tweets är medeltalet och den tredje kvartilen i princip identiska. De höga medel- och medianvärdena i denna kategori beror på att citeringar eller retweets av ett annat inlägg i datan kodas med det ursprungliga inläggets antal likes. Denna siffra är därför på sätt och vis missvisande. Tillsammans med den 3:e kvartilen visar den helt enkelt att ett fåtal tweets med väldigt många likes har citerats mycket.

För att få reda på hur samma förhållande ser ut för alla originalinlägg tas de inlägg som svarar på eller återger någon annans tweet bort. De motsvarar cirka 32 % av det totala antalet inlägg. Medeltalet är 14 likes medan medianen²⁴ bara är en like. När svar, citat och retweets tas bort är alltså alla inlägg med mer än fyra likes koncentrerade till de övre 25 %, vilket ger en fingervisning om hur få inlägg det är som faktiskt får stor spridning. Dessa ursprungliga inlägg är betydligt färre och har en majoritet av all uppmärksamhet koncentrerad till sig.

Hur många av dessa är ursprungliga inlägg? Det kan uppskattas genom att sätta en gräns på minst 200 likes (väl under genomsnittet). Då återstår endast 784 inlägg. Eftersom den tredje kvartilen även här är relativt lika med medelvärde kan slutsatsen dras att ett fåtal

²¹ Sökorden "val2022" ger 32247 träffar och "val2018" 44500 träffar på Instagrams söktjänst (sökdatum 2022-12-16).

²² Medieakademin listar SD som näst mest inflytelserika aktören totalt i den svenska informationsmiljön för år 2022.

²³ Datamängden är "skev" på statistikspråk. I de cirka 40 000 inlägg som utgör den översta kvartilen är medelvärde istället hela 1167 likes.

²⁴ Mitten på dataserien; det värde där det finns lika många inlägg med fler och med färre gilla-markeringar.

inlägg med väldigt många likes dominerar i dataunderlaget. Framförallt är det ett inlägg med 10 151 likes som drar upp genomsnittet. Denna tweet är med råge det populäraste inlägget under valrörelsen och härrör från Greta Thunberg, som skriver:

Demokrati gäller inte bara på valdagen, utan varje dag. Men vi som har privilegiet att kunna rösta har ett ansvar att göra det. När du röstar, rösta med solidaritet och empati - och tänk på andra som inte är lika lyckosamma. #RöstFörRättvisa #val2022 (Greta Thunberg [@GretaThunberg] 2022)

Thunbergs inlägg var en händelse som genererade mycket uppmärksamhet. Den ingår i den betydande mängd av inlägg som betonar vikten av att gå och rösta eller bekräfta att upphovspersonen har röstat. Thunbergs tweet, tillsammans med ett begränsat antal andra, utgör den huvudsakliga basen för aktiviteten på Twitter. Bortsett från valdagen, med 69 originalinlägg med mer än 200 likes, är det genomsnittligt 15 inlägg om dagen under perioden 15:e augusti till 15:e september som ger upphov till valrörelsens huvudsakliga aktivitet på Twitter. Det rör sig totalt om strax under 600 inlägg som genererar huvuddelen av aktiviteten på Twitter under valrörelsen.

4.2.3 Engagerande innehåll framhävs

En utmaning i att studera hur människor i allmänhet möter informationsmiljön på Twitter är att det material en användare når via sökfunktionen inte är lika omfattande som det material som tillgängliggörs via Twitters digitala åtkomstpunkter (API).²⁵ Av de 784 tweets som ingick i gruppen med 200 likes eller mer kommer användaren endast att presenteras för ett urval om den använder sökfunktionen. Tabell 1 ovan visar även hur många tweets som visades efter en *manuell* sökning på Twitter. De 151 och 321 inläggen utgör samtliga som visades och i detta begränsade urval fanns inlägg med betydligt fler likes än den mer representativa datamängden som fås genom Twitters API. Twitter styr alltså det flöde som användaren ser till förmån för inlägg som får mer uppmärksamhet. Det är tydligt att de inlägg som visas genom sökfunktionen är mer engagerande – och polariserande. Till exempel visas inlägg om valfusk påtagligt ofta, trots att de – totalt sett – utgör en liten del av datamängden. Det är alltså vad en användare som själv söker på någon av val-hashtagarna ser: mer engagemang och mer polariserande inlägg, som ökar från och med den 8-9:e augusti och kulminerar på valdagen.

Hur frågan om valfusk ser ut i datamängden kommer att diskuteras i kapitel 5. Härnäst redogörs för de huvudsakliga teman som framträder på de olika plattformarna.

4.3 Dominerande teman

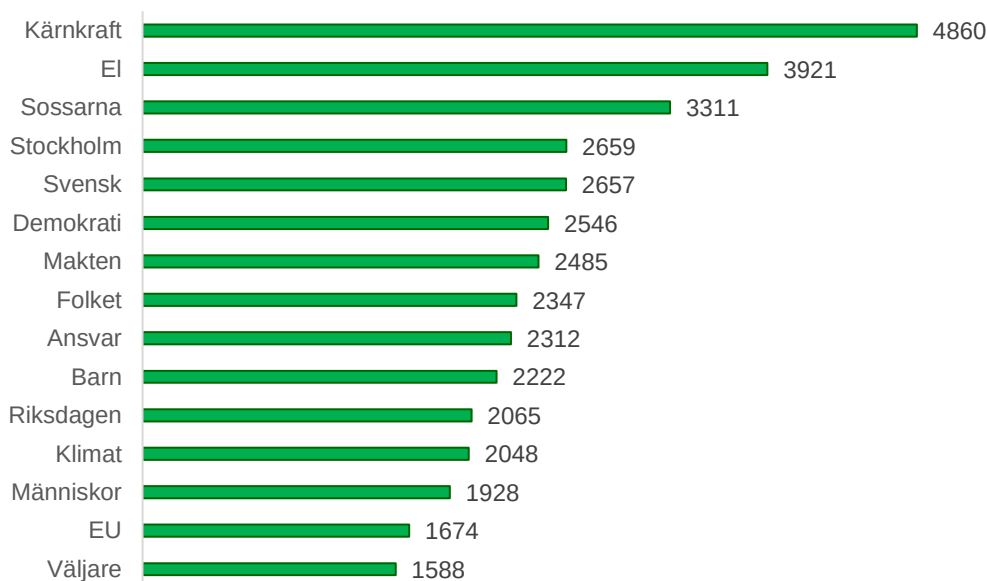
4.3.1 Teman på Twitter inom #val2022 och #valet2022

Utifrån hashtagarna #val2022- och #valet2022 skapas en bild av vilka teman som fick mest uppmärksamhet. Utifrån datan gjordes en innehållslig kodning baserad på frekvens. Den generella bilden av innehållet är givetvis starkt avhängig språket som används. I figur 3 nedan illustreras den övergripande bilden utifrån de ord som används mest.²⁶ Energifrågan dominerade under den senare delen av valrörelsen. Även de många omnämningarna av "sossarna", ofta i nedsättande termer, är framträdande. Framträdande är också ord som har att göra med politikens former snarare än innehåll, såsom "makt", "ansvar", "demokrati". Ord med tydligare koppling till partiernas respektive politiska

²⁵ Via den digitala åtkomstpunkten får vi en komplett förteckning över alla tweets och deras metadata. Inläsningen sker automatiserat via en mjukvara, i detta fall Twarc2.

²⁶ Figuren har rensats från omnämningar av bland annat partier (t.ex. SD), enskilda politiker (t.ex. Magdalena Andersson), medieaktörer (t.ex. SVT) och röstning (t.ex. uppmaningar till att rösta). Se Appendix 4 för en förteckning av de ordklasser som rensats från datan i tabellen. Som referens kan anges att "valet" omnämns ca 25000 gånger i datamängden och "SD" på andra plats med strax över 20000 omnämningar. "Sossarna" behölls eftersom det är en variant av partinamnet som används på ett annat sätt än de formella partibeteckningarna. Detta gäller också för ordet "Socialdemokrat", som i materialet som regel används av skribenter som ett sätt att tilltala sina politiska motståndare. @Socialdemokrat var tidigare Socialdemokraternas officiella konto, men användes inte av S under valrörelsen 2022.

agenda kommer längre ned på listan. De återfinns framförallt i inlägg som svarar på eller återger originalinlägg (retweet eller quote). Där rör det sig alltså om en större volym av inlägg som vart och ett får mindre uppmärksamhet.



Figur 3. Frekvenser av de 15 viktigaste temana i Twitterdatamängden.²⁷
Anteckning: N=38623.

Bland de 784 originalinläggen med mer än 200 likes refereras SD, S och MP mest av alla. Det är mycket få inlägg på Twitter som är positiva till S och MP och hashtaggen innehåller en betydande dos nedsättande kommentarer och hån samt kritik i både sakfrågor och generellt. Energipolitiken, särskilt frågor om elpris och avveckling av kärnkraften, är bland de mest framträdande temana. Migrationspolitiken, även det ett framträdande tema, kopplas till kriminalpolitiken och våld i största allmänhet. Här framträder en stor frustration över den rådande situationen och detta åläggs framförallt S och dåvarande justitieminister Morgan Johansson. Informationsmiljön på Twitter är, som tidigare påpekats, påtagligt orienterad mot den konservativa och nationalistiska delen av det politiska spektrumet och det visar sig särskilt väl i detta mindre urval av inlägg. Som Kaati och Shrestha (2022) påpekar är klimatet på Twitter präglad av ett påtagligt ”toxiskt” och ”hårt” språkbruk.

4.3.2 Material kodat med normalförfarandet

Dataunderlaget som har kodats kvalitativt består av 963 inlägg. 204 av dessa härrör till perioden juli-augusti, 201 till 1-10:e september, 338 till själva valdagen och cirka 220 till eftervalsperioden. Även i detta underlag, som har kodats med normalförfarande,²⁸ dominerar inlägg som uttrycker stöd för partier på höger sida av mitten, framförallt SD.

Bilden som framträder ur detta begränsade urval är givetvis inte generaliserbar. Den ger emellertid tillräckligt underlag för att kunna diskutera hur aktiviteten på dessa sociala medieplattformar såg ut under valrörelsen. I centrala drag stämmer bilden som här presenteras också överens med de generella observationer som andra experter gjorde kring valrörelsen (Bolin m.fl. 2022).

Av de 204 inlägg under perioden juli-augusti härrör ca 45 % från #valfusk-hashtaggen (se kapitel 5 nedan).²⁹ Av de inlägg som behandlar valrörelsen generellt är 12 % positiva

²⁷ Se Appendix 4 för en förteckning över ord som rensades från rådatan för att framställa denna tabell.

²⁸ Se avsnittet om datainsamling i Appendix.

²⁹ Detta är en naturlig överrepresentation eftersom söktermen ”valfusk” ingick i projektet.

till de gröna och röda partierna och 50 % positiva till de högerorienterade och nationalistiska partierna. Detta mönster känns igen från förra valrörelsen, då dokumenterat av Fernquist m.fl. (2018).

Innehållsmässigt har många av inläggen på Tiktok och Instagram en humoristisk utgångspunkt, exempelvis parodier av partier. Få inlägg förmedlar vad ett parti faktiskt vill åstadkomma politiskt. Ett vanligt format på Tiktok är också enfrågeintervjuer, där en partiföreträdare tillfrågas om en opolitisk fråga, exempelvis vilken glass hen tycker mest om. Ofta förekommer SD, vilket visar på partiets sympatisörers engagemang på plattformen. I flera inlägg på Tiktok uttrycks negativa åsikter om huvudsakligen Socialdemokraterna. I ett exempel sprids uppgiften att S utvisade judar under andra världskriget och drev det rasbiologiska institutet i Uppsala, samt att detta inspirerade Hitler och per implikation drev på Förintelsen.³⁰ Påståendet förs fram i en väldigt lättsam kontext av en person som dansar. Flera inlägg från Tiktok i underlaget påvisar liknande karaktäristika, dvs. klipp som blandar lättsamhet och allvar, humor och kritik, sarkasm och politiska budskap. På mer eller mindre subtila sätt uttrycker dessa inlägg ofta – dock inte alltid – stöd för SD. Det förstärker ytterligare bilden av att SD-positivt innehåll dominerar plattformen.

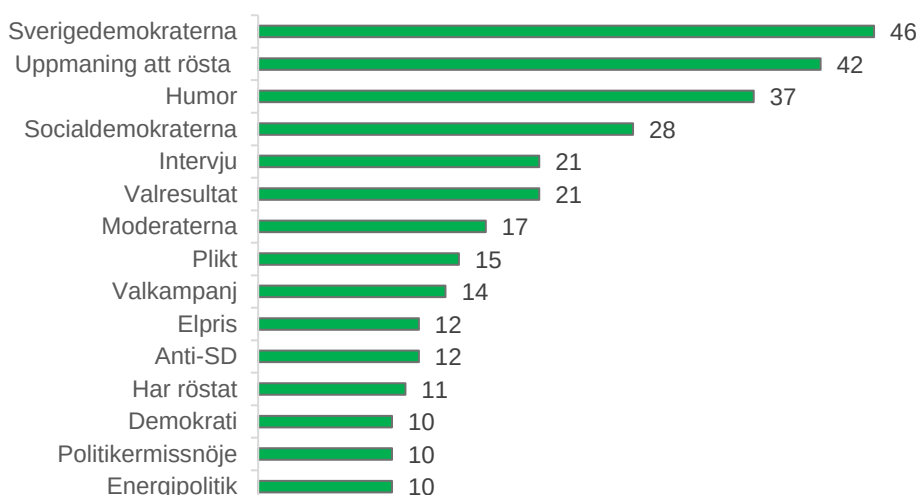
Innehållet på Youtube som relaterar till det svenska riksdagsvalet 2022 är förhållandevis varierat, men är mer likt Twitter än Instagram och Tiktok. Det skiljer sig både vad gäller den uppmärksamhet som har skapats (baserat på antalet gilla-markeringar) och spridning (baserat på antalet visningar). I dataunderlaget, vilket kodats med normalförfarande,³¹ ingår 125 filmklipp som relaterar till valet. Majoriteten av klippen var kopplade till ett parti eller dess partiledare. Magdalena Andersson förekom i flest enskilda klipp. 19 inlägg var humoristiska filmklipp med valrelaterat innehåll, vilket är ett betydligt mer framträdande tema än de tio inlägg som handlade om valfusk eller specifika politiska frågor, som bara representerades i fem inlägg. Därtill fanns 19 filmklipp publicerade av partiernas officiella Youtube-konton. SD hade flest publiceringar, följt av S och MP. M, L och Partiet Nyans hade en publicering vardera och KD, C och V ingen. Nyhetsredaktionerna haft ett relativt stort genomslag. Konton med många följare som inte tillhör partier eller nyhetsredaktioner publicerar i regel bara ett fåtal videor relaterade till valet. Majoriteten av kontona publicerar ett eller två klipp för att sedan ägna sig åt något annat. Flera av klippen handlar om hur röstningen går till, om kriminalitet eller om SD. Användare på Twitter länkar också till videos på Youtube där det finns utrymme att utveckla resonemang på ett helt annat sätt än i tweets.

Figur 4 visar den tematiska fördelningen av inlägg postade under val-relaterade nyckelord som ”valet 2022” eller ”rösta rätt” på Instagram, Youtube och Tiktok. Varje inlägg har kodats tematiskt. Som nämnt ovan dominerar SD-positivt innehåll, även om inläggen på Instagram innehåller en påtagligt mer positiv inställning till rödgröna partier än exempelvis inlägg på Tiktok. Inlägg om SD är det mest frekvent förekommande temat. Därefter inlägg som tematiskt betonar vikten av att rösta, humoristiska inlägg och sådana som tematiserar Socialdemokraterna. Ingen av dessa går *per se* att kategorisera som politiskt lutande åt höger eller vänster.

Innehållsmässigt handlar det om att användare uttrycker olika skäl till varför det är viktigt att rösta. Vissa användare anger att det är viktigt för att förhindra att högerpartierna och SD vinner valet, andra för att sätta stopp för det socialdemokratiska maktinnehavet. Figuren nedan visar att strikt sakpolitiska frågor inte är särskilt populära teman, endast elpriset och energipolitiken tematiseras i tillräckligt många inlägg för att hamna på listan över de 15 mest frekventa temana. Den tematiska kodningen stärker med andra ord bilden av valet som präglad av negativt kampanjande, politisering och polarisering av energifrågan samt en stark närvaro av SD-positivt innehåll.

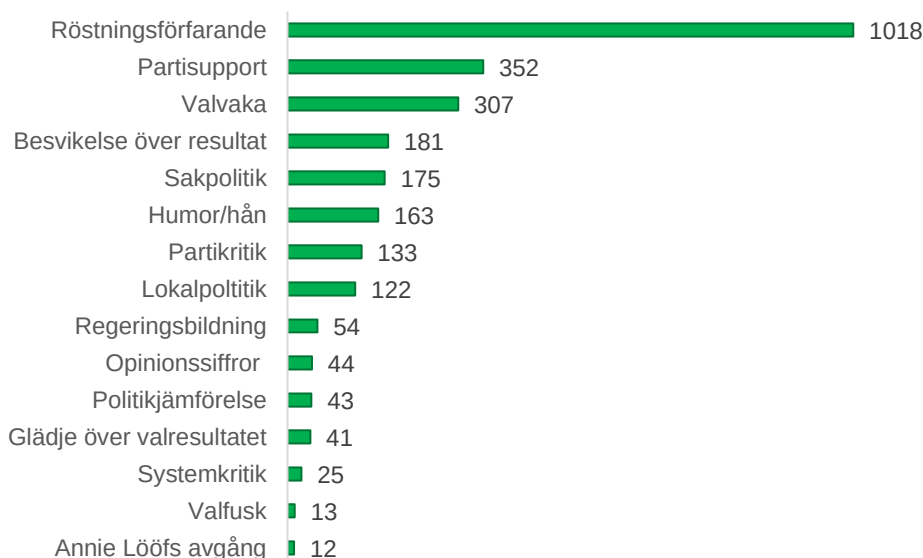
³⁰ Dessa påståenden har vederlagts av Ola Larsson i flera skrifter, bla. Larsson (2022a, 166ff, 2022a, kap. 4–5).

³¹ Se avsnittet om datainsamling i Appendix.



Figur 4. De 15 mest frekventa temana i kodning genom förfarande 1 av valrelaterad aktivitet på Instagram, Tiktok och Youtube. Anteckning: N= 306.

Ett antagande som gjordes var att denna bild kunde ändras under eftervalsperioden. För att undersöka huruvida det antagandet stämde, kodades samtliga inlägg på Instagram som postades under "val2022"-hashtaggen från valdagen 11 september till och med regeringsbildningen den 18:e oktober. Det gjordes med hjälp av ett "snabbförfarande". Snabbförfarandet innebar en reducerad kodning av ett inläggs innehåll. Sammantaget består underlaget som kodats med detta förfarande av dryga 3200 inlägg. Ungefär en tredjedel handlar om röstningsförfarande (vilket här avser inlägg som handlar om att gå och rösta, att uppmana folk till att rösta eller beskriver hur röstningen går till), uttrycker stöd för ett visst parti (här partisupport) eller valvaka.³²



Figur 5. Tematisk fördelning på Instagram under valdagen och eftervalsperioden. Anteckning: N=2683 (516 ej relaterade inlägg är inte inkluderade).

Den totala aktiviteten i denna avgränsade informationsmiljö är mindre än på till exempel Twitter. Som figuren ovan visar uttrycker Instagrams användare via sina inlägg en be-

³² Av dessa är 516 inte alls kopplade till valet utan används av andra anledningar, antingen av tillfällighet eller för att få uppmärksamhet för ett inlägg. Dessa visas inte i figuren.

svikelse över valresultatet. Även lokalpolitiska frågor får viss uppmärksamhet. Till skillnad från Twitter, där kriminal- och migrationspolitik dominerar, är Instagramanvändare under eftervalsperioden sakpolitiskt framförallt intresserade av jämställdhet och klimatpolitik. Det förekommer dock också flera systemkritiska och politikerföraktande inlägg i underlaget.

4.4 Slutsats

Valrörelsen 2022 har beskrivits som påtagligt mer konfrontativ i jämförelse med tidigare val (Bolin m.fl. 2022). I kapitlet ovan har sociala medier beskrivits på flera sätt. Dels kvantitativt med utgångspunkt i hur omfattande diskussionerna var. Här kunde påvisas att både på Twitter och Instagram hade aktiviteten reducerats med ca. 30 % i jämförelse med 2018. Kanske kan det till del bero på att det numera finns ytterligare en stor social medieplattform (Tiktok) som konkurrerar om användarna, men fler faktorer har sannolikt spelat en roll. Materialet från Twitter-hashtagarna #val2022 och #valet2022, som var mest frekvent använda i diskussioner om valet, innefattar ca 165 000 inlägg, medan antalet inlägg från Instagram uppgår till drygt 32 000 inlägg. Det kan betraktas som mycket eller lite och beror också på hur hashtaggar används på de olika plattformarna, men sett till hur många väljare som ingår i röstlängden är andelen som deltar i de här öppna digitala diskussionerna relativt liten. Ändå, kan vissa observationer göras.

Sverigedemokraterna har en stor närvaro på samtliga plattformar, även om det finns vissa tecken på att användare på Instagram är mer skeptiska till SD än de på Twitter.

Oavsett politisk hemvist tematiserar och betonar användare vikten av att rösta. Det handlar om att göra sin röst hörd och minska risken för att de politiska motståndarna går vinnande ut ur valrörelsen. Också under valdagen är intresset för att visa att en har röstat mycket stort. Det är också anmärkningsvärt att inlägget med mest gilla-markeringar hade just ett sådant budskap, publicerat av Greta Thunberg.

Tiktok som politisk plattform var för första gången närvarande i den svenska valrörelsen. Inlägg här får generellt sett mycket fler gilla-markeringar än på andra plattformar och innehållet som relaterar till valet är mer lättsamt än till exempel på Twitter eller Youtube. Ofta skojar det med partiföreträdare eller så ställs skenbart irrelevanta frågor. Emellertid kan ofta en mer ”strategisk” utgångspunkt skönjas. Många humoristiska inlägg ger implicit stöd till politiska partier.

Efter valet avtar de politiska diskussionerna om valet tvärt och återupptas efter ungefär en månad när regeringspartierna tillsammans med Sverigedemokraterna presenterade Tidöavtalet, som utgör grunden för regeringssamarbetet.

Ovanstående utgör bilden som det begränsade datamaterial som föreligger i denna undersökning målar upp. Valrörelsen på sociala medier kom igång först i augusti och särskilt framträdande teman var energipolitiken, vikten av att delta i demokratin genom att rösta och SD:s roll i svensk politik.

5 En svensk "stop the steal"?

Informationspåverkan i samband med valrörelser har under de senaste fem-tio åren diskuterats allt mer, i synnerhet efter upploppen i Washington D.C. den 6:e januari 2021. De byggde på den då sittande presidentens intensiva kampanj mot sitt eget lands valsystem. "Stop the steal"-kampanjen har dokumenterats av den kommission som under 2022 presenterade sina slutsatser och som rekommenderade att Donald Trump skulle åtalas (House of Representatives 2022). Detta kapitel analyserar diskussionerna om valfusk som förekom i samband med den svenska valrörelsen 2022.

Trots ett högt tonläge rörande vissa aspekter kring de svenska valens integritet föreföll riksdags- region- och kommunfullmäktigevalen 2022 ha förlöpt utan större problem. En indikation på detta är antalet anmälningar till Riksdagens Valprövningsnämnd, vilka minskade från 767 till ca 400 mellan 2018 och 2022 (Valprövningsnämnden 2019, 2023).³³ De flesta anmälningar gällde köbildningen som uppstod i vallokalerna som en följd av organisatoriska förändringar. En del anmälningar fokuserade på själva röst-räkningen. Ingen av anmälningarna ger tecken på att misstag eller oegentligheter skulle ha förekommit på ett sätt som påverkade valutgången, enligt nämnden. Trots detta var många användare under valrörelsen övertygade om att valfusk pågick. I detta kapitel tittar vi närmare på diskussionen om valfusk, primärt på Twitter, eftersom det är där som diskussionen om valfusk förs (Kaati och Shrestha 2023).

5.1 #Valfusk under valrörelsen

På samtliga plattformar eftersöktes innehåll relaterat till valfusk med hjälp av hashtaggar. Som vi visar nedan finns inlägg om valfusk på samtliga plattformar, men det är på Twitter och Youtube som diskussionerna är mest påtagliga. På dessa plattformar är utgångspunkten många gånger självklar – Socialdemokraterna kommer att manipulera valet, på valdagen och även under valrörelsen. Antagandet är så självklart att många inlägg inte ens problematiserar det. Nedan diskuteras först materialets omfattning och deskriptiva mått. Därefter går vi in på hur diskussionen om valfusk utvecklade sig under valrörelsens gång.

Tabell 2. Beskrivande statistisk för materialet om valfusk.

Sortering	Samtliga inlägg	Ej reply/ retweet/ quote	>200 likes, ej reply/ retweet/quote	#valfusk
Källa	Twitter API	Twitter API	Twitter API	Manuell sökning, alla plattformar
Antal	15390	1792	43	626
Likes:				
Medeltal	493 ³⁴	25	665	3975
1:a kvartil	2	0	241	1
Median	33	1	372	4
3:e kvartil	505	6	726	29
Max	4266	4266	4266	185200
Min	0	0	204	0

³³ 2018 var en toppnotering, vilket i sig inte betyder att mer omfattande felaktigheter förekom.

³⁴ De höga medel- och medianvärdena i denna kategori beror på att inlägg som citerar eller retweetar ett annat även har det ursprungliga inläggets antal likes. Denna siffra är på sätt och vis missvisande. Tillsammans med den 3:e kvartilen visar den helt enkelt att ett fåtal tweets med väldigt många likes har citerats mycket.

Materialet som bildar utgångspunkten för analysen är uppdelat i två datamängder. Den ena utgörs av samtliga inlägg på Twitter som innehåller ordet ”valfusk”. Den andra är insamlad manuellt.³⁵ Precis som i det tidigare fallet med val-hashtaggen är antalet original-inlägg på Twitter litet i relation till det totala antalet. Runt 12% av samtliga tweets är från den ursprungliga användaren och de inlägg som är särskilt populära (>200 likes) består endast av 43 tweets. Totalt deltar ca. 6200 konton i valfuskdiskussionen, men endast ett mindre antal författar egna tweets. Som tabell 2 visar återfinns samtliga av dessa i den tredje kvartilen, i den osorterade datamängden. Också här är fördelningen snedvriden bland de 43 tweetsen – medelvärde är mer likt den tredje kvartilen än medianen. Ett fåtal inlägg från ett litet antal inflytelserika debattörer utgör med andra ord stommen i diskussionen. Resterande inlägg kommenterar eller återger detta innehåll, alternativt tar upp valfusk i kommentarer till andras tweets.

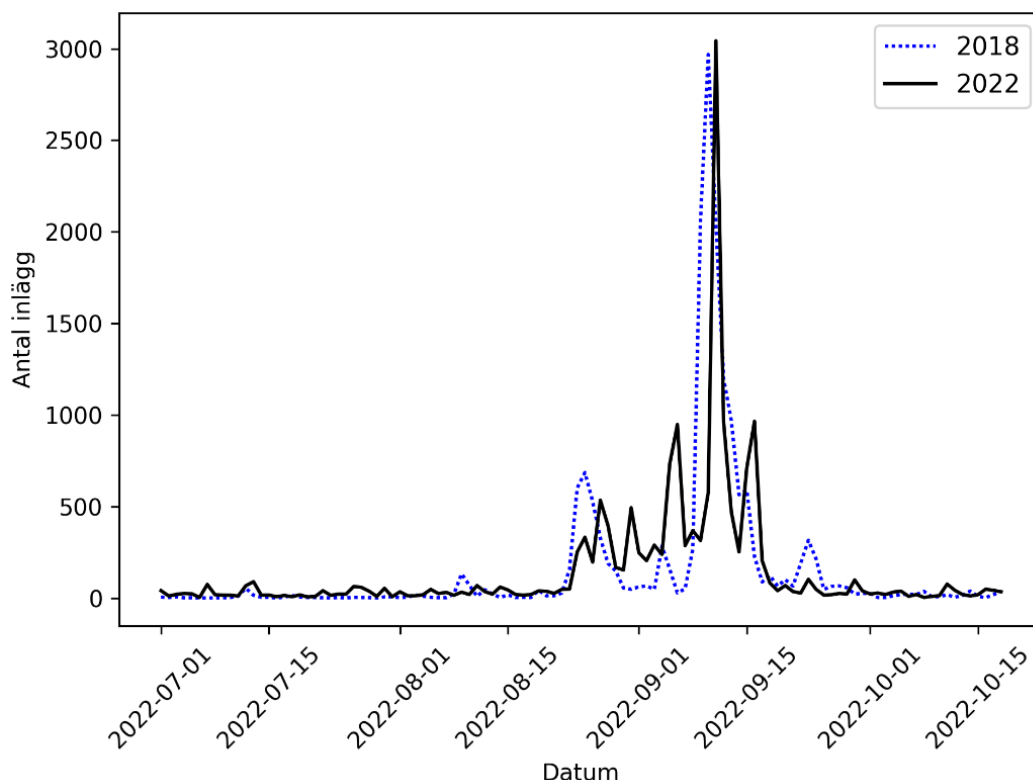
I den manuellt insamlade datan ser statistiken annorlunda ut eftersom den innehåller inlägg från Instagram, Tiktok och Youtube, som i vissa fall har högre tittarsiffror och ett större antal gilla-markeringar. Även här står ett litet antal inlägg för en överväldigande majoritet: de 10 inlägg med högst antal likes är alla från Tiktok och står för 35 % av uppmärksamheten. Det i sig säger inte särskilt mycket på grund av de skillnader i funktioner och inriktning som de olika plattformarna har, men det ger en fingervisning om hur många användare som har sett de olika inläggen. Inläggen på Tiktok bedöms inte på något substantiellt sätt bidra till valfuskdebatten. Av de 69 inlägg som ingår i datamaterialet och som Tiktok alltså har visat på en sökning efter ”valfusk”, handlar endast två inlägg med begränsad spridning om just detta. Även på Instagram är användandet av #valfusk i princip försumbar – hela hashtaggen uppgår till ca 1000 inlägg totalt och endast ett fåtal behandlar den svenska valrörelsen 2022.

På Youtube tematiseras valfusk ofta av de mindre partier som försöker skapa uppmärksamhet under valrörelsen – Örebropartiet, Malmölistan, Nyans och Knapptryckarna. Samtliga delar videor där valfusk och systemkritik ligger högt upp på dagordningen (se avsnitt 5.3). I viss utsträckning diskuteras även internationella fall, framförallt från USA. Det är dock inte tydligt så att alla inlägg handlar om valfusk. Av de tio mest gillade inläggen på Youtube vid en sökning på ”valfusk”, av vilka samtliga har mer än 1000 likes, behandlar endast ett enda temat på allvar, medan de andra endast berör det översiktligt eller inte alls.

Figur 6 visar hela valfusk-temat representerat i antal inlägg på Twitter under projektets undersökningsperiod. Till skillnad från innehåll om valet generellt, är diskussionen om valfusk under båda valrörelserna i stort sett oförändrad i omfattning jämfört med 2018 (se figur 6). Skillnaden i antalet inlägg är försumbar och den tidsmässiga utbredningen är i princip identisk, så när som på vissa skillnader i aktivitetstoppar inför valdagen.

Sammanfattningsvis är diskussionen om valfusk i vårt material framförallt begränsad till Twitter och Youtube, där den huvudsakligen propageras av konton negativt inställda till det vid tiden rådande politiska styret. Diskussionen är inte omfattande, om än högljudd, och valfusktemat sprids av ett fåtal bekanta debattörer och en större mängd konton som uteslutande bidrar med innehåll i kommentarsfälten. På Instagram och Tiktok är valfusktemat i princip negligerbart. På Youtube sprids ett antal videor där centralgestalter utvecklar idéerna om hur det förmodade valfusket kommer att gå till. Slutligen noteras att sett till sitt omfång och tidsmässiga utbredning är diskussionerna på Twitter näst intill identiska med de under valrörelsen 2018. I nästa avsnitt går vi igenom hur valfusk-temat utvecklas under valrörelsen på Twitter.

³⁵ Den manuella sökningen framförallt på Tiktok använder sig av flera sökord på grund av de få träffar som endast ”valfusk” genererade. Således söktes även på ”(*påverkan* val, (valsysteem), (desinformation), (vilsledande), (informationspåverkan), Sverige”, ”valfusk 2022” och ”Sverige valfusk”.



Figur 6. Inlägg på Twitter innehållande "valfusk" under undersökningsperioden.

5.2 Diskussionens utveckling över tid

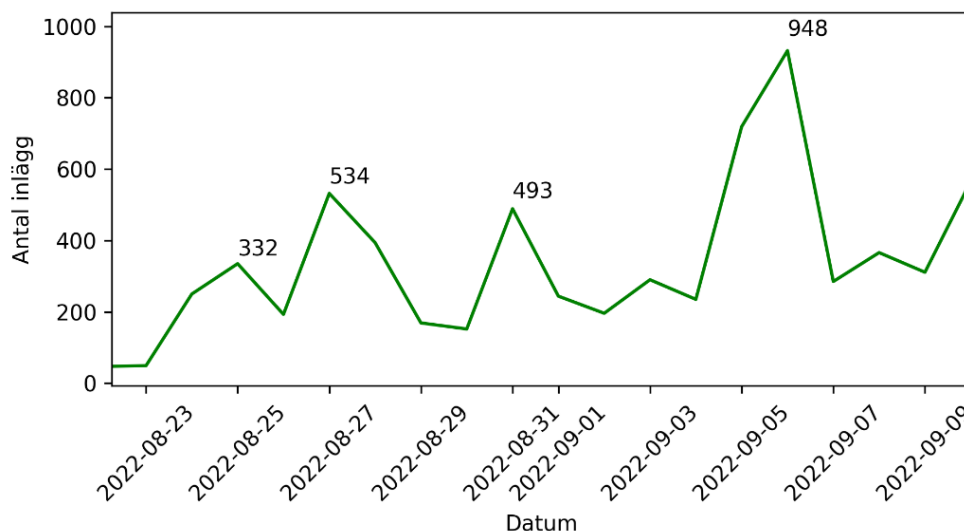
5.2.1 Diskussionen inleds

Eftersom debatten om valfusk i studiens material huvudsakligen sker på Twitter fokuserar vi här på densamma.³⁶ Även om de är få och sporadiskt förekommande, finns det sedan åtminstone sommaren 2021 tweets som spekulerar i risken och varnar för "valfusk" i samband med riksdagsvalet 2022. Först mot slutet av augusti 2022 ökar temat i popularitet och omfattning. Flera händelser verkar påverka valfusk-diskussionen under perioden före valdagen:

- Den 22:a augusti inleddes förtidsröstningen.
- Den 22:a augusti publicerar också en känd svensk författare och debattör ett inlägg där hen tematiserar den överbelastningsattack som Valmyndighetens hemsida *val.se* utsattes för på valdagen 2018. Tweeten beskriver hur SD:s siffror hade rasat flera procent när *val.se* väl var nåbar igen. Detta tas som intäkt för att Socialdemokraterna har manipulerat valresultatet och insinuerar att samma sak skulle kunna hända 2022. Inlägget får snabbt flera tusen likes och delas vidare.
- Den 24-25:e augusti publicerar SD ett pressmeddelande om att partiet utreder "sabotage" mot partiets postutskick (Sverigedemokraterna 2022). Samma dag får ett litet antal inlägg om saknade SD-valsedlar i förtidsröstningslokaler mycket stor spridning. Inläggen innehåller inga närmare beskrivningar med detaljer kring när och var det ska ha inträffat. Istället konstateras det att situationen ser "akut illa" ut och att det är "sjukt att det får gå till såhär".

³⁶ Jämför även med Kaati och Shrestha (2023) som ser samma sak i sitt material gällande var valfuskfrågan debatteras.

- Den 27:e augusti skriver Sverigedemokraternas Kent Ekeröth ”Ni tror väl inte att valfusk sker i Sverige? Jag tror att vänstern gör exakt vad som helst för att vinna. Inklusive fusk och båg” (Kent Ekeröth [@kentekeroth] 2022). Inlägget länkar till en artikel publicerad av Samhällsnytt, där Ekeröth är skribent (Albinsson 2022). Fria Tider publicerar en artikel på samma tema (Fria Tider 2022). Båda får stor spridning på Twitter.
- Den 31:a augusti publicerar Åsa Wikforss en text på DN Kultur om den trollarmé som SD, enligt Dagens ETC, organiserade under valrörelsen och som rapporterade om någon dag tidigare (Söderin 2022).
- Den 3:e september intervjuas Sverigedemokraternas Richard Jomshof av Ekeröth. Under intervjun, som publiceras av Samhällsnytt, uttalar han sig om valfuskfrågan på ett sätt som skapar mycket uppmärksamhet efter att det rapporterats om i etablerade nyhetsmedier (se t.ex. Admund Funck och Lindkvist 2022). En stor del av aktiviteten består av inlägg som *kritiserar* ryktesspridningen om valfusk.
- Dessa datum representerar aktivitetstoppar i antalet inlägg på Twitter, vilket framställs i figur 7 nedan.

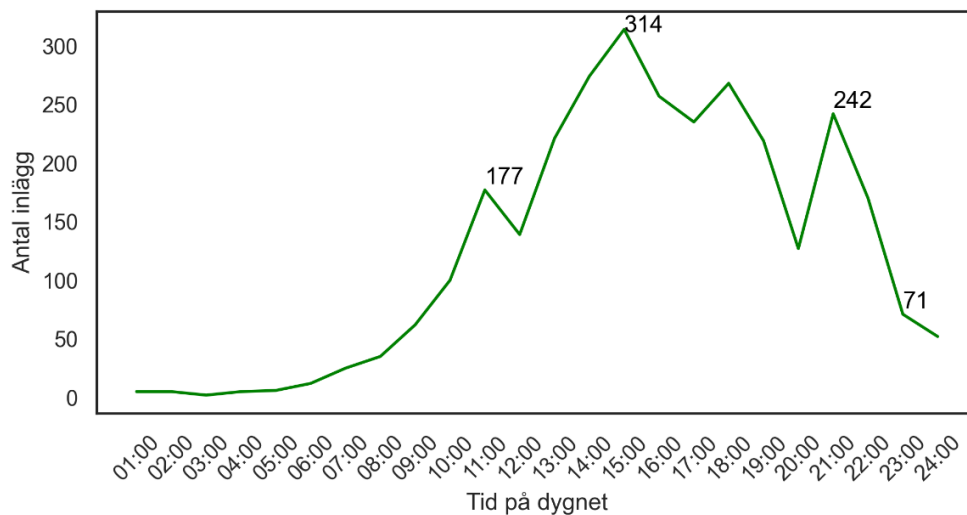


Figur 7. Valfusk, antal inlägg på Twitter inför valet.

Det är alltså så här som diskussionen på Twitter om valfusk inleds och utvecklas under valrörelsen. Den drivs framförallt av två, skenbart från varandra isolerade poler. Den ena uttrycker en skepsis mot rådande system som anses stödja vissa partier och motverka andra, den andra är en motreaktion där framförallt publicister och samhällsdebattörer kritiserar de som hävdar att valfusk förekommer. Däremellan finns naturligtvis ett stort antal konton, användare och inlägg. Sett till de mest inflytelserika inläggen som föreligger i materialet är det inte självklart att endera sida dominerar. Den 6:e september, till exempel, är några av de mest delade inläggen starkt kritiska till att valfusk ens diskuteras.

5.2.2 Valdagen och eftervalsperioden

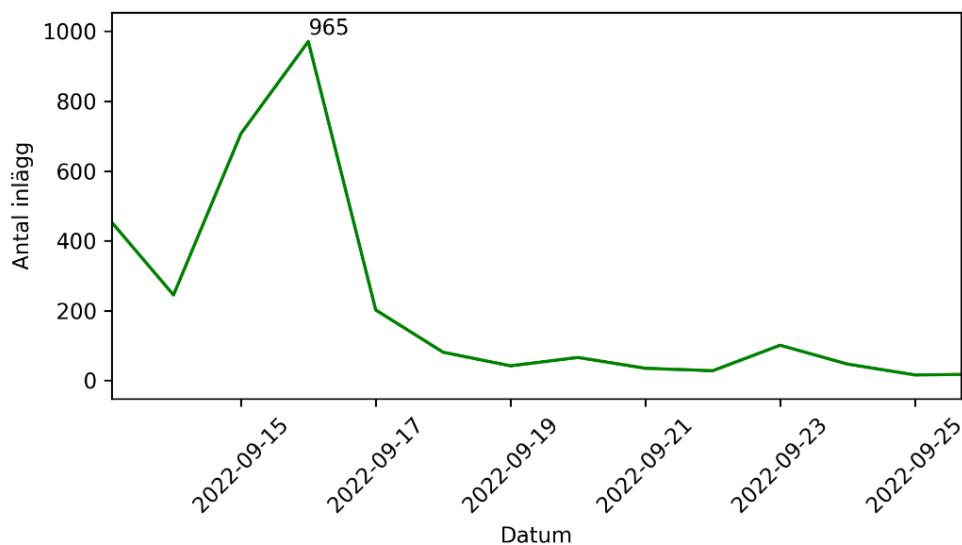
Under valdagen kulminerar valfusk-diskussionen på Twitter med cirka 3000 inlägg. Många av inläggen fortsätter att tematisera och dokumentera påstådda oegentligheter i samband med röstning, framförallt avsaknad av valsedlar.



Figur 8. Tweets om valfusk den 11:e september 2022

Figur 8 visar fördelningen av inlägg under valdagen uppdelat per timme på dygnet. Till exempel publicerades 177 inlägg mellan kl. 10:00-11:00. Under dagen ökar antalet inlägg varje timme fram till kl. 15:00, då trenden avtar. Det är fortsatt en betydande ström av inlägg som publiceras, men inför de första vallokalsundersökningarna, som publicerades strax efter kl. 20:00, avstannar aktiviteten i princip fullständigt. Det kan ha att göra med att vallokaler då hade stängt och de flesta redan röstat. Mellan kl. 20:00 och 21:00 uppstår en topp men den är artificiellt skapad av ett enskilt konto, enligt egen utsaga tillhörande en KD-politiker i en svensk stad, som under en timme publicerar mer än 140 inlägg.³⁷

Efter att det preliminära valresultatet publicerats avtar aktiviteten kopplad till begreppet ”valfusk” och övergår under eftervalsperioden till att jämföra Socialdemokraternas acceptans för valresultatet med det amerikanska demokraternas hantering av valresultatet. Användarna som uttrycker sig i inläggen påstår fortfarande att systematiskt valfusk kan ha inträffat, men efter den 16:e september är aktiviteten så liten att den blir irrelevant, vilket figur 9 nedan visar.



Figur 9. Valfusk, antal inlägg på Twitter 13:e till 26:e september.

³⁷ Vi återkommer till detta i nästa kapitel. Kontot utger sig för att tillhöra en representant för KD i en svensk stads kommunfullmäktige, men någon sådan person sitter inte och har inte suttit i nämnda stads kommunfullmäktige. Se: <https://www.val.se/valresultat/riksdag-region-och-kommun> för uttömmande information om valda ledamöter i Sverige de senaste 20 åren.

Uppgången den 16:e september härrör till stor del till Susanna Silfverskiöld, som under valrörelsen arbetade för Moderaterna och efter valet blev skribent för tankesmedjan Timbros magasin *Smedjan*. Hennes inlägg är upphov till spetsen i kurvan genom valfusk-diskussionens mest gillade tweet, med 4265 likes och över 700 delningar och svar. Inlägget riktar sig mot partiet Nyans och Silfverskiöld skriver:

Var sjunde kandidat på Partiet Nyans riksdagslista är dömd för brott, inklusive partiledaren själv. Partiet drivs av antisemitism, homofobi och islamism. Och nu hävdar ledaren att de utsatts för valfusk, men vägrar lämna ”bevis”. Vi har att göra med ett genuint obehagligt parti. (Susanna Silfverskiöld [@susannasilfver] 2022)

Via sitt konto har Silfverskiöld flera gånger under valrörelsen kritiserat Nyans, vilket har givit upphov till betydande medhåll från en stor andel av de konton som är aktiva i valfusk-frågan.

Sammanfattningsvis har diskussionen om valfusk på Twitter under undersökningsperioden stundtals varit intensiv och genererat omfattande aktivitet. Frågan var föremål för en omfattande rapportering i de så kallade ”alternativa” medierna (Samhällsnytt, Fria Tider m.fl.), men rönt också viss uppmärksamhet hos etablerade medier. Det gäller framförallt efter Kent Ekeröths intervju med Richard Jomshof den 3:e september. Efter valdagen dör emellertid valfusk-diskussionen ut nästan fullständigt, vilket flera konton kopplar till valresultatet.

I nästa avsnitt presenteras en analys av de mest centrala temana i diskussionen. I viss utsträckning har detta indikerats redan, men här följer en mer ingående analys.

5.3 Dominerande teman

Hittills har en beskrivande analys av valfusk-diskussionens omfattning, tidsmässiga utbredning och huvudsakliga inriktning presenterats. I detta avsnitt ges ytterligare en dimension genom en innehållslig kodning av de teman som karaktäriserade debatten.

Under valrörelsen 2018 utfördes en liknande analys vid FOI, då med fokus på automatiserat beteende på sociala medier (Fernquist, Kaati, Akrami, Asplund Cohen, m.fl. 2018). Författarna kodade då innehållet i åtta kategorier.³⁸ I denna analys har vi i så stor utsträckning som möjligt använt samma eller liknande kategorier. Emellertid visade sig detta instrument vara för trubbigt. Dels behövdes en mer finkornig uppsättning kategorier på grund av den mångfald av teman som materialet innehåller, dels skiljer sig valrörelserna åt på ett substantiellt sätt: under den förra valrörelsen var explicit anti-islam-ska åsikter betydligt mer framträdande. Det betyder inte att åsikterna har ändrats, endast att andra frågor fick större uppmärksamhet. I viss utsträckning kan vi se att invandringskritiska åsikter integreras in i andra teman, exempelvis inlägg som anklagar S och MP för att vara skyldiga till en systemkollaps i Sverige. Valrörelsen 2022 var också mer polariserande än tidigare och frågor om energipolitik och kriminalpolitik fick större plats än migration *per se* (Bäck och Kokkonen 2022).

Figur 10 nedan bygger på den manuellt insamlade datan från Instagram, Tiktok, Twitter och Youtube. Figur 11 på sidan 37 består av en motsvarande kodning av de 43 inlägg publicerade av upphovskontot som identifierades i tabell 2 (sid. 29) ovan. Trots att mängden inlägg som kodats inte kan anses utgöra ett representativt urval visar figurerna trots allt en i sak rättvisande bild över vilka de huvudsakliga temana var på de sociala medieplattformar som undersökts under valrörelsen. En komplicerande faktor är att vissa användare justerar sina flöden och raderar inlägg i efterhand. Det gör att framförallt figur 11 visar en något förskönad bild av debatten.

Materialet i figur 10 har kodats i 15 kategorier, inkluderat den del som inte vara relevant för valrörelsen. Dessa utgör nästan en tredjedel av materialet. Det rör sig här om inlägg som försöker nå en stor publik genom att införliva populära hashtaggar i till exempel en

³⁸ Dessa var mediekritik, kritik mot makthavare, partisupport, partikritik, anti-islam, information/sakfrågor, invandringskritik och övrigt.

annons. Detta är vanligt förekommande framförallt på Instagram, men förekommer även på Twitter. I det analyserade materialet finns även ett stort antal inlägg från Tiktok som förvisso dyker upp vid sökningar på valrelaterade teman, men som handlar om helt andra frågor än valfusk. Ett exempel är en video om att valrossen Freya har avlivats. Nedan beskrivs de mest framträdande temana i mer detalj.



Figur 10. Teman inom #valfusk i kvalitativt insamlad data från Twitter, Tiktok, Instagram och Youtube. Anteckning: N=626.

Det absolut mest framträdande temat är *hanteringen av valsedlar*, huvudsakligen i vallokaler. Återkommande handlar inläggen om att valsedlar saknas, ofta SD:s men även andra partier, som det lokala Örebro partiets valsedlar. Användare ombeds att rapportera in fall av felaktigheter under #valfusk, såväl som att göra en polisanmälan. Här återfinns flertalet felaktiga föreställningars om vilket ansvar som tillfaller de olika aktörer som är involverade i det praktiska genomförandet av valet (se figur 1 ovan). Inlägg i denna kategori kan se ut som nedan:³⁹

”Fick ett mess från min farbror som hade varit och förtidsröstat. Såklart fanns valsedlar för alla partier utom ett...”

”Otroligt att det alltid är vänstersidan som gynnas när någon ’glömt’ att lägga ut valsedlar etc. Måste ju bara vara slumpen ;)!”

Rörsträkning och valsystemet är det tema som i den manuellt insamlade datan är näst mest förekommande. Här återfinns inlägg som misstänkliggör arbetet med att sammanställa valresultatet. Medborgare ombeds att stanna kvar i vallokalerna och observera rösträkningen, vilket de har rätt att göra. I denna kategori återfinns även inlägg som påtalar brister med valsystemet som sådant. Inte sällan föreslås enhetliga valsedlar, andra typer av valsedlar eller elektronisk röstning. Inställningen i många inlägg är att valsystemet är enkelt att manipulera, i alla fall lokalt. Detta motsägs av användare som till exempel har utbildats till valförrättare och därmed har större insyn i hur valsystemet är uppbyggt. Exempel på inlägg i denna kategori liknar de som följer:

³⁹ Av hänsyn till upphovspersonernas integritet visas nedan fiktiva exempel på inlägg som liknar de som ingår i kategorin. Detta gäller samtliga exempel i detta avsnitt. De är inte återgivelse av faktiska inlägg. Se Appendix 1, avsnitt 4, för mer information om hur personuppgifter behandlas i undersökningen.

Alltså att Sverige av någon anledning INTE vill ha digital rösträkning är konstigt. Vi ÄLSKAR ju digitala lösningar. Varför är det så? Det kan väl inte vara så att 'manuell rösträkning' möjliggör valfusk?"

"Hade vi valsedlar med alla partier skulle det vara så mycket enklare. Till och med sossar och miljömuppar skulle klara att kryssa i rätt parti".

De rödgröna partierna, men framförallt Socialdemokraterna, utmålades vidare som *maktfullkomliga och hycklande*. Valfuskdiskussionen bygger delvis på ett förakt för de mindre rödgröna partierna – framförallt Miljöpartiet (Centerpartiet och Vänsterpartiet nämns sällan) – och på en stark aversion mot Socialdemokraterna. "Stoppa Sossariat" är en slogan som SD-sympatisörer används frekvent, just för att Socialdemokraterna ses som den primära motståndaren. Paradoxalt nog framställs S också som ett maktfullkomligt parti med förmåga att manipulera valet till sin fördel, samtidigt som det utmålades som svagt, inkompetent och att partiet bara lyckats behålla makten för att de köpt följarskarornas lydnad med jämställdhets- och bidragspolitik. Att de rödgröna partierna uttrycker kritik mot anklagelserna om valfusk uppfattas som hycklande. Exempel på hur inlägg i denna kategori kan se ut är:

"Vilket parti har tidigare dömts för valfusk? Flera gånger? Gissa, det är @socialdemokrat!"

"Aldrig att vänstern kommer att förstå demokrati. Nu börjar valfusket!"

"Vem tror egentligen att valet kommer att gå rätt till...? Ser ju massivt valfusk redan nu"

Politiska nyheter på public service och utvecklingen på sociala medier är ett annat frekvent förekommande tema. Här kommenteras valfusk-hashtaggens ökade användning och hur sociala medier används för att sprida vanföreställningar om valsystemet. Public service och andra etablerade mediers rapportering om valet tillhör också kategorin. SVT, SR och TV4 är föremål för omfattande kritik och hån. Exempel på inlägg i denna kategori liknar följande (även dessa är fiktiva exempel och inte återgivelser av faktiska tweets):

"Fatta att valfusk trendar!? Den som har arbetat i vallokal vet att det inte funkar att fuska som de hävdar. lol. Finns ingen valsedel – ta en blank vetja! men då måste man ju kunna stava. Hmmm..."

"Hur kan MP få vara kvar i riksdagen? Och var f*n är SVT:s opartiskhet?? Här sitter de och intervjuar miljömuppar och vänsterpartister istället för att bedriva oberoende journalistik. Tycker att det är valfusk."

Ytterligare en av de mest förekommande kategorierna är *systemkritik*, där valfusk målas ut som den yttersta konsekvensen av ett korrupt system. Här diskuteras hur regeringen försöker manipulera väljarkåren genom att tillåta omfattande migration till Sverige, hur media och politik hänger samman i karteller och hur samhället håller på att trasas sönder av kriminalitet med mera. Många konton uttrycker att kriget i Ukraina används som svepskäl för en undermålig politik, till exempel på energiområdet. Det första exemplet nedan är ett utdrag från den kvalitativa beskrivning av ett Youtubeinlägg som ingick i den manuella kodningen. Det andra är ett fingerat exempel som liknar inläggen i fråga:

Delar en video från Alternativ för Sverige om misstänkt valsabotage i Region Skåne. Den delande tweeten menar att Socialdemokraternas valfusk har börjat och att dessa aktivister (de som plockar bort valsedlar) finns i varje svensk myndighet, som ett virus.

"Det är en j*vla teater ... först covid och sen valfusk i hela Europa. politiker som inte håller sig till reglerna, till demokrati. sen karteller i livsmedelsindustrin. Valutan kommer kollapsa."

Till sist riktas en betydande uppmärksamhet mot det nya partiet Nyans. På Twitter är denna kategori mer framträdande än på till exempel Instagram. Dels sprids inlägget av Silfverskiöld som nämndes ovan, dels beskriver användare hur Nyans själva gör sig skyldiga till valfusk. Partiets företrädare kommenteras flitigt. I inläggen framkommer även delvis främlingsfientliga och ibland rasistiska inlägg. Inlägg i denna kategori liknar följande texter:

”Nyans ledare vill få plats i Botkyrkas kommunfullmäktige, men han är folkbokförd någon annan stans. Det är de som själva är dömda brottslingar och hävdar att de utsätts för valfusk. Det ger ju stort förtroende.”

”Den här killen från Nyans hängde hela dagen utanför vallokalen i Malmö med en massa valsedelkuvert som han dela ut. Överallt händer det verkar det som. Vad f*n? Om det inte är massivt valfusk så vet jag inte...”

Övriga kategorier är mindre vanligt förekommande. I stor utsträckning beror det på vilken plattform som åsyftas. Valrörelsen på Tiktok, Instagram, Youtube och Twitter kan se helt olika ut. Inflytelserika debattörer har inte sällan konton på alla dessa plattformar och modererar sitt innehåll för att passa respektive målgrupp. En känd författare som var väldigt aktiv under valrörelsen och vars inlägg konsekvent hade mellan 1500 och 2500 likes på Twitter publicerar framförallt porträttfoton och mildare versioner av sina texter på Instagram. Tonen på Twitter är betydligt hårdare och mer föraktfull. Författaren förekommer även på en smalare plattform som är mer radikal än exempelvis Riks och det innehåll som publiceras där går långt utöver det sedvanliga innehållet på de breda sociala medieplattformarna i termer av till exempel konspirationsteorier. Innehållet anpassas således efter det lokala sammanhang där informationen skapas och sprids.



Figur 11. #valfusk på Twitter, endast de mest spridda originalinläggen med 200+ likes. Anteckning: N=43.

En specifik gren av valfuskdebatten utgör även de upplysningsinriktade inläggen. Bland annat är Patrik Oksanen, författare och journalist, en av de mer aktiva användarna på Twitter som skapar betydande uppmärksamhet. Ett stort antal personer bemöter antagandena om valfusk med fakta eller försöker diskutera med sina meningsmotståndare; lika många anammar en hård ton i sin kritik mot de som tror att omfattande valfusk förekommer. En del av de upplysande användarna påpekar att många av de insinuanta och konspiratoriska inläggen faller väl in i det långsiktiga ryska narrativ som har riktats mot bland annat Sverige sedan 2014-2015 (Deverell, Wagnsson, och Olsson 2021). Anklagelser om att gå Rysslands ärenden förekommer frekvent. Likaså är det vanligt förekommande att hävda att partierna till vänster använder kriget i Ukraina och det ryska hotet som ett svepskäl. Ett exempel (även detta fiktivt):

”Härligt, inväntar årets valfusk. Kanske Valmyndighetens sida ’kraschar’ igen (ojoj, Putin, ’hot från främmande makt’)? Eller färgglada utlänningar med en massa olika ID-kort som kan rösta lite varstans? Kanske är det dom som tjänar mest på det här valet?”

Här blandas bilden av bidragsfuskande migranter med den organiserade manipulationen av valsystemet, genom Valmyndigheten och medelst migranternas mångfaldiga stöd till

Socialdemokraterna eller något av de andra rödgröna partierna. Inlägget är på sätt och vis typiskt för hur de som tror på omfattande och systematiskt valfusk uttrycker sin syn på samhället.

Sammanfattningsvis skiljer sig valfuskdiskussionen på Twitter, Tiktok, Instagram och Youtube något åt. Liknande teman behandlas, vilket visas av figurerna 10 och 11 ovan, men tonen är olika. Inlägg på Tiktok är lättsamma och sätter sällan fingret direkt på brännande politiska frågor. Snarare kastas påståenden ut under lättsamma former utan att kommenteras vidare. På Instagram förs lite mer direkta konversationer, men där är valfuskdiskussionen nästan helt frånvarande. Istället utspelar den sig på Twitter och Youtube.

De huvudsakliga teman som behandlas är valsystemet, rösträkning, hantering av valsedlar, relationen mellan politik och media och en bredare systemkritik. Dessa teman finns genomgående i materialet, även om det även finns många som också försöker motverka falska eller vilseledande narrativ. En rad ytterligare teman existerar också, naturligtvis.

5.4 Slutsats

Valresultatet föll ut till fördel för Moderaternas regeringsunderlag och framförallt till SD. Efter att valresultatet publicerades gick luften i princip ur hela diskussionen om valfusk – trots de omfattande anklagelser som framförts bara några timmar tidigare. Det öppnar för spekulation i kontrafaktiska scenarier: vad hade hänt om S hade fått högre stöd från väljarna och SD och koalitionsparterna inte hade fått majoritet? Hade de inflytelserika debattörerna fortsatt att driva valfuskdiskussionen? Möjligen hade de det, men frågan är hur mycket gehör man hade fått utanför den närmaste kretsen.

Hade en svensk ”stop the steal” kunnat utvecklas? Det går inte att säga. Under den förra valrörelsen förekom långt fler anmälningar om valfusk än 2022, men en större debatt om valfusk uteblev trots att det fanns vissa omständigheterna som potentiellt skulle kunna ha föranlett en sådan, såsom överbelastningsattacken mot Valmyndighetens hemsida. Emellertid såg omvärldssituationen annorlunda ut 2018 jämfört med idag.

Efter stormningen av Kapitolium den 6:e januari 2021 förändrades perspektivet för diskussioner om valfusk. Frågan gick från att vara förhållandevis marginell till att bli en central hållpunkt för en kuppliknande politisk aktion. Händelserna i Brasilien under vintern 2022-2023 visar att det inte var ett isolerat exempel. Sociala medier användes till att mobilisera de som tror på omfattande valfusk och organisera dem på nationell nivå. Skulle en tillräckligt uppseendeväckande valförlust ha kunnat skapa en sådan mobilisering även i Sverige? Skulle den ha varit tillräcklig för att påverka det politiska systemet på allvar? Förmodligen inte, sett till hur liten valfuskdebatten ändå var och hur högt förtroende som finns för valsystemet hos befolkningen i stort (Johansson m.fl. 2022). Det som analysen ovan visar är att manegen krattades inför valet för det fall att valutgången skulle likna den som var 2018. I slutändan gick luften ur valfuskfrågan när högersidan, och framförallt Sverigedemokraterna, gick vinnande ur valrörelsen.

6 Informationspåverkan under valrörelsen 2022

Föregående kapitel beskriver den digitala diskussionen om valfusk. Detta kapitel presenterar materialet ur tre perspektiv, vilka härrör till informationspåverkan: typ av narrativ, vilseledande information och icke-autentiskt innehåll.

6.1 Typ av narrativ

I den manuella kodningen av inlägg på de fyra sociala medieplattformarna kodades vilken typ av narrativ som ett inlägg bidrog till. Inlägg kodades om de gav exempel på innehåll som antingen föreföll som polariserande, uttryckte misstro mot offentliga institutioner eller som passiviserande, vilket exempelvis skulle kunna vara inlägg som uttrycker att det är meningslöst att gå och rösta.⁴⁰

Med ”polariserande” avses här budskap som ger uttryck för ett ”vi”- och ”de”-tänkande och som betonar fundamentala motsättningar mellan huvudsakligen två grupper i samhället. ”Misstro” förstås här som uttryck för bristande förtroende för samhällseliga institutioner, exempelvis regeringen, valsystelet eller kriminalpolitiken. Sådana inlägg behandlar ofta den offentliga sektorns bristande förmåga att hantera samhällseliga problem. Med ”passiviserande” narrativ, slutligen, avses defaitistiska budskap som exempelvis att valsystelet är riggat och att det inte spelar någon roll om någon röstar eller inte.

Kodningen utfördes på de inlägg som samlades in manuellt med förfarande 1 (se Appendix). Många inlägg passade inte in på något av narrativen, vilket var väntat. Eftersom en stor del av dataunderlaget härstammade från sökningar på ”valfusk” var det också väntat att andelen inlägg med misstroendeinriktat innehåll skulle kunna vara högt. Tabellen nedan visar frekvenser för kodade inlägg per typ av narrativ som kommer till uttryck i dataunderlaget. Den visar samtliga inlägg, uppdelat på de som härrör till valfusk och de som behandlar valet i allmänhet.

Tabell 3. Fördelning av kodade inlägg efter typ av narrativ.

Narrativ	Valfusk	Andel av valfusk	Valet i stort	Andel av andra	Total	Andel av total
Polariserande	193	28 %	83	24 %	276	27 %
Misstro	257	38 %	8	2 %	265	26 %
Passiviserande	8	1 %	5	1 %	13	1 %
Inget	226	33 %	256	73 %	480	46 %
Total	684	100 %	352	100 %	1036	100 %

Som tabellen visar finns en naturlig överrepresentation i valfusk-materialet av inlägg som kommunicerar misstro mot offentliga institutioner. I det material som inte är relaterat till valfusk står sådant innehåll endast för 2 % av det totala antalet. Istället återfinns här en högre andel polariserande inlägg. Ungefär en fjärdedel av de allmänpolitiska inläggen kan anses bidra till ett polariserande narrativ. Det är i sig en hög siffra, men eftersom vårt dataunderlag inte är representativt ska det inte tillskrivas alltför stor betydelse. Snarare visar tabellen att den stora majoriteten av inläggen *inte* uppenbart bidrar till något av de narrativ som mättes i undersökningen. I nästa avsnitt diskuterar vi innehållsliga aspekter i materialet.

⁴⁰ Det är viktigt att notera att bara för att ett inlägg kodats som till exempel polariserande så innebär det inte att det är ett exempel på informationspåverkan. Det visar endast att forskargruppen anser att det bidrar till eller anspelar på kända narrativ som använts i andra sammanhang, antingen för att påverka val eller som en del av informationspåverkan mot Sverige. Utifrån vår data kan vi inte heller dra fullödiga slutsatser om huruvida inlägg är koordinerade eller ej.

6.2 Vilseledande innehåll

Inom ramen för denna studie har inläggen kodats enligt den beskrivning som återfinns i kapitel 3 och mer detaljerat i Appendix 1. Respektive kodare har bedömt om inlägg har innehållit vilseledande information, vilket definierats som ”sådan uppgift som antingen kan visa sig vara direkt felaktig eller som, exempelvis om den tas ur sitt sammanhang, kan ge upphov till missuppfattningar om sakförhållanden eller dess betydelse” (Svenonius 2021a, 90). Kodningen har därefter dubbelkollats av rapportförfattarna separat från varandra för att kodningen ska bli så samstämmig som möjligt.

Av de inlägg som har kodats genom normalförfarande, på alla plattformar, är det totalt 329 inlägg som har kodats som vilseledande. Av dessa härrör 319 till inläggen om valfusk. Det är med andra ord en mycket liten andel, totalt tio inlägg som har kodats som vilseledande men som *inte* är associerade med valfuskdebatten. Flera av de dominerande temana känns igen både från tidigare studier om valrörelser men också från andra digitala diskussioner om samhället i stort. Redogörelsen nedan är en samlad bild av det underlag som inhämtats från samtliga plattformar och bygger på den kvalitativa data som har tagits fram inom ramen för undersökningen.

I viss utsträckning upprepas här innehåll som diskuterades i kapitel 5. Det beror på att i kapitel 5 var målet att studera anatomin hos valfusk-diskussionen snarare än informationspåverkan *per se*. I avsnittet nedan belyses därför liknande teman, men ur ett annat perspektiv.

6.2.1 Partier och politiska företrädare

6.2.1.1 Vilseledande aktivitet om Socialdemokraterna

Socialdemokraterna är också här alltså en central aktör. Flera av inläggen som kodats som vilseledande berör S på ett eller annat sätt. Ett antal inlägg anklagar S för att genom sin politik ”köpa” röster, vanligen från invandrare svenskar. Det förekommer påståenden om att invandrare svenskar har ”flera identiteter” och därför kan rösta flera gånger. Exempelvis cirkulerar en ledare från Svenska Dagbladet från 2016 som handlar om människor som har tillskansat sig ett flertal identiteter (Kino 2016). På sociala medier tas som ett bevis på att S har riggat systemet så att fler kan rösta på dem. I den föreställningsvärld som kommer till uttryck i många av de här inläggen försöker S manipulera systemet för att till varje pris behålla makten.

I samband med valrörelsen förekommer ett flertal bekanta narrativ på temat ”det fallerade multikulturella samhället”. På Instagram publiceras till exempel inlägg om att S skapar ”falsk skräck” bland väljarna för att på så sätt säkra den egna positionen. S anklagas på Youtube för allt som är ”fel” med Sverige, bland annat i en video som parodierar partiets valkampanj från 2018 och i vilken ett antal saker som ökad brottslighet, för få poliser och för många invandrare räknas upp som problem S har orsakat. På Tiktok cirkulerar en video från en demonstration, angivet att vara i Malmö, där alla deltagare är svartklädda och där flera av kvinnorna har heltäckande kläder. Kvinnorna säger ingenting men en man talar högljutt på ett oidentifierat språk. Idén som förmedlas är att detta är ”sossarnas Sverige” och att Malmö har tagits över av muslimer. Denna typ av innehåll är förhållandevis vanligt och sprids brett under valrörelsen.

Direkt felaktig information relaterad till S och med tydliga inslag av historierevisionism återfinns på Instagram i flera inlägg som påstår att S stöttat nazisterna i Tyskland och skickade människor i döden pga. sitt stöd för Hitler. På Tiktok påstås det att S drev ett rasbiologiskt institut och att Sveriges rasbiologi inspirerade Hitler. Samtliga påståenden, som bland andra Ola Larsmo har ägnat stor uppmärksamhet åt, är vedertaget falska (Larsmo 2022a, 2022b). Detta är ett narrativ som förkom även under valrörelsen 2018 och Larsmo beskriver som det som ett sätt för Sverigedemokraternas att skriva om det egna partiets politiska förflutna (Ibid.).

Att Socialdemokraterna står i centrum för mycket av den vilseledande informationen som sprids är i sig inte särskilt överraskande. Partiet har varit en, om inte den, dominerande kraften i svensk politik sedan 1930-talet och i regeringsställning de senaste åtta åren fram till valet 2022. Det är också allttjämt Sveriges största parti. Inläggen som handlar om partiet faller inom alla tre narrativkategorierna; de är polariserande, de spelar an på misstro och de insinuerar att det inte spelar någon roll om man försöker rösta bort dem, för sossarna har riggat systemet så att de alltid kan behålla makten.

6.2.1.2 Vilseledande aktivitet om Sverigedemokraterna

Sveriges näst största parti i valet 2022, SD, är också en framträdande gestalt i informationsmiljön (Karlsten m.fl. 2022). Dock uttrycker de flesta inlägg en positiv eller negativ inställning till partiet och kan därför inte betrakta som vilseledande utan som uttryck för en politisk åsikt. Det finns emellertid vissa inlägg som kan uppfattas som vilseledande. Det rör sig bland annat om inlägg som är negativa mot SD och menar att var femte svensk "hatar invandrare" så mycket att de är villiga att ge upp sådant som tryckfriheten och aborträtten. Även om SD-företrädare har uttryckt mer restriktiv syn på abort, har partiet i riksdagen till dags dato inte föreslagit ett avskaffande av den. Partiet har inte heller velat avskaffa tryckfriheten, även om SD:s mediapolitik av flera anses ha mer restriktiv inriktning och flera av deras företrädare och före detta företrädare, har uttryckt sig i starkt kritiska termer avseende framförallt public service-bolagen.

Inlägg om SD har vanligen en starkt polariserande ton. Det är sällan ett neutralt inlägg om SD postas på någon av plattformarna, utan antingen är de starkt positiva eller starkt negativa. Att SD också återkommer är sannolikt för att de är ett polariserande parti som många har åsikter kring, men också för att det är Sveriges näst största parti med en stor närvaro på sociala medier. Att Sverigedemokraterna är en dominerande kraft online visar bland annat Maktbarometern (Karlsten m.fl. 2022).⁴¹ Det är noterbart att andra partier knappt omnämns i materialet, trots att Moderaterna exempelvis är det parti som hade den uttalade oppositionsledaren och statsministerkandidaten.

Förutom att kritisera enskilda partier återfinns ett antal inlägg om att politiker över lag ljuger. Politiker illustreras med Pinocchionäsa och inlägg taggas med hashtaggar om att de "ljuger". Sådana inlägg kan både falla inom kategorierna misstro och passiviserande. De kan vara aktiverande så till vida att de kan uppmana till att rösta bort förljugna politiker, liksom passiviserande, dvs. uppmana till att strunta i att engagera sig – politikerna är av samma skrot och korn så det spelar ingen roll vem som styr Rosenbad.

6.2.2 "Systemet" och media

Det sistnämnda, att det spelar mindre roll vem som styr Rosenbad för att alla politiker är av samma skrot och korn, tangerar många av de inlägg som tematiskt handlar om "systemet". En av videorna från Instagram visar ett antal brinnande valsedlar. Videon låter påskina att det är meningslöst att rösta för att alla, oavsett parti, jobbar för samma system. Bortom inlägg om valfusk publicerades det också kommentarer på Twitter där det påstods att Valmyndigheten hade sagt att valen 2022 kanske inte skulle bli av, enligt en artikel från nättidningen Bulletin (Hernández 2021). På Twitter anklagas opinionsundersökningar för att vara riggade eftersom Socialdemokraterna går upp och Sverigedemokraterna går ner samt att det faktum att Svenska Dagbladets valkompass inte inkluderar partiet Alternativ för Sverige är ett uttryck för hur "PK-media" utnyttjar människors "lathet, dumhet och naivitet". På Twitter beskrivs också SVT som partiskt, exempelvis när enbart miljöpartister intervjuas i ett inslag om flyg.

⁴¹ Möjliga anledningar till detta är att Sverigedemokraterna på grund av sitt högerextrema ursprung har gjort att traditionella medier under en lång tid inte gav de utrymme på samma sätt som övriga partier. Det gjorde att partiet var tvunget att använda alternativa sätt att nå ut och de fick därmed stark närvaro online. Det har också kommit rapporter om att det har funnits trollfabriker nära kopplade till Sverigedemokraterna, exempelvis Dagens ETC:s artikel om SD:s hemliga trollarmé (Söderin 2022).

Flera av dessa teman är återkommande i de digitala diskussionerna i den samtida svenska informationsmiljön på sociala medier, nästan oavsett politisk fråga. Givetvis ser olika användare olika typer av information, men under de hashtaggar som undersöks här är det mycket frekventa teman. Att det finns en stor "konspiration" och en "djup stat" som kontrollerar världen är ett tema med långa anor och internationell spridning⁴². Lika så är narrativet att media är "vänstervriden" också vanligt förekommande. Även detta narrativ är delvis relaterat till konspirationsteorier om en djup stat. I just Sveriges fall är det framförallt public service som anklagas för att vara "vänstervridet", men som synes i vårt dataunderlag anklagas även annan media, exempelvis Svenska Dagbladet, för att vara "PK", dvs. politisk korrekt.

6.2.3 Uttryck av humor

Även om det är få av inläggen som är kodade som humoristiska som också är kodade som vilseledande är det viktigt att betrakta de humoristiska inslagen från detta perspektiv. Ett exempel från Instagram visar en tecknad bild med en tv-apparat som ramlar på sidan. Till inlägget finns en bildtext om att användaren försökte se på Rapport på SVT men att sändningen var så "vänstervriden" att tv-apparaten välte. Det är till synes harmlös kritik mot SVT, men den typen av retorik kan också tolkas som ett uttryck för en djupare misstro mot vad som uppfattas vara en vänstervriden "elit" som styr Sverige och media. I de mer extrema versionerna ansluter detta narrativ till Qanon- och anti-globalist-rörelser.⁴³

Det är en av de återkommande strategierna som antagonistiska aktörer använder sig av, att genom humor och ironi sprida vilseledande narrativ.⁴⁴ De kan på många sätt vara svårare att identifiera för den individuella användaren eftersom det ofta inte förekommer direkt felaktiga faktapåståenden eller liknande, utan endast subtiliteter, gliringar eller sarkasm. Roligt eller ironiserande innehåll delas oftare vidare, vilket också gör det till en potentiellt effektiv metod för att sprida falsk information, narrativ eller till och med en världsbild. Humor gör att det är svårt att peka ut enskilda videos eller inlägg i underlaget som är att kategorisera som vilseledande. I många fall kan det vara upp till betraktaren.

6.3 Icke-autentisk aktivitet

Av särskilt intresse och kanske den tydligaste indikatorn på otillbörlig informationspåverkan är förekomsten av omfattande icke-autentiskt beteende på sociala medieplattformar, särskilt om det kan styrkas att denna är koordinerad på något sätt. Frågan fick stor uppmärksamhet efter valrörelsen i USA 2016, men det finns flera liknande fall. Som beskrevs ovan i kapitel 2 gjordes flera analyser av framförallt Twitterdata under den förra valrörelsen 2018. FOI publicerade en rapport som visade att mellan 11-16 % av aktiviteten på Twitter i samband med valrörelsen kunde spåras till automatiserade konton (Fernquist, Kaati, Akrami, Asplund Cohen, m.fl. 2018). Antagandet i rapporten var att icke-autentisk aktivitet skulle komma att öka framöver.

Det finns ingen anledning att anta att så inte är fallet. Snarare är det sannolikt att icke-autentiskt beteende fortsatt spelar en roll för den sammanlagda aktiviteten på sociala medieplattformar, men att den har blivit mer sofistikerad. Dels sker så kallad nätverksmanipulation, där grupper av användare kopplas samman eller polariseras; dels sker innehållslig påverkan, där specifika målgrupper bearbetas med ett givet innehåll för att ändra användarnas perspektiv eller beteende. Skillnaden mot 2018 är att det idag har blivit svårare att på ett automatiskt sätt upptäcka automatiserade konton. I större och större utsträckning används människor som sköter ett stort antal konton direkt, eller i samverkan med automatiserande system, vilket försvårar identifiering. Mer intelligent

⁴² Se exempelvis Polack Sarniecki (2022).

⁴³ För mer om dessa, se Polack Sarniecki (2022).

⁴⁴ Exempelvis har Myndigheten för psykologiskt försvar varnat för detta i kampanjen "Bli inte lurad". Se www.bliintelurad.se [2023-03-01].

system för manipulation av innehåll på sociala medier har också identifierats och är förmodligen redan aktiva (Hajli m.fl. 2022).

Ändå finns det sätt att identifiera falsk eller manipulativ aktivitet. *För det första* sker viss rapportering i media där experter som tittar på innehåll från svenska sociala medier uttalar sig om manipulation. Två sådana fall beskrivs i 6.3.1. *För det andra* kan relativt enkla iakttagelser göras av hur konton, eller grupper av konton, beter sig. Utifrån en sådan kvalitativ analys låter sig vissa slutsatser, om än tentativa, dras. *Till sist* finns verktyg tillgängliga för allmänheten som är tänkta att hjälpa användare att identifiera automatiserade konton. I det nedanstående presenteras en analys utifrån dessa tre perspektiv.

Först diskuteras de indikationer på icke-autentiskt beteende som lyftes fram av nyhetsmedier i materialet som samlades in inom ramen för undersökningen, dels analyseras ett urval av särskilt betydelsefulla konton med hjälp av verktyget Botometer. Till sist presenteras några av de fall som vi själva har identifierat.

6.3.1 Rapportering i massmedia

Under valrörelsen gjordes ett antal avslöjanden som pekade på att politiska aktörer och flera inflytelserika konton på högersidan var involverade i manipulation på sociala medieplattformar. I slutet av juli publicerade Dagens ETC ett uppmärksammat reportage om att SD bedrev eget påverkansarbete (Söderin 2022). Aftonbladet publicerade en granskning av informationsmiljön på Twitter i samband med riksdagsvalet, gjord av dataanalytikern Alberto Escorcias.

Escorcias analys visade en hög förekomst av koordinerat icke-autentiskt beteende i form av förstärkning i informationsmiljön kring den svenska valrörelsen. Denna förstärkning av diverse polariserande teman gjordes med hjälp av falska konton. Ett exempel var den så kallade ”Kabul-tweeten” om en draperad tunnelbanetågsvagn som SD:s dåvarande rättspolitiska talesperson Tobias Andersson publicerade (Tobias Andersson [@SDTobbe] 2022). Enligt Escorcias analys härstammade 26 % av aktiviteten kring inlägget (retweets) från icke-genuina användare. Enligt Escorcias fanns indikatorer på inblandning av en polsk trollfabrik. Trollfabriker ska också systematiskt ha förstärkt inlägg från Moderaternas officiella konto och vissa av partiets företrädare genom likes och retweets, i synnerhet de inlägg som handlade om energipolitik (Beijmo 2022).

Escorcias publicerade ytterligare tre analyser av Twitterflödet och inlägg taggade med #valet2022. Under de dagar som undersöktes härstammade runt 22 % av alla inlägg potentiellt från automatiserade, nyligen skapade och/eller koordinerade konton. De konton vars aktiviteter på Twitter förstärktes var företrädesvis högerorienterade, även om också @miljopartiet och @socialdemokrat förekommer mycket (Escorcias 2022a, 2022b). Det kan dock antas att det handlar om inlägg med ett negativt innehåll om partierna och där partiernas konton taggas in.⁴⁵

Datamaterialet som analysen bygger på har inte kunnat analyseras och uppgifterna behöver därför betraktas som preliminära. Det går inte heller att dra slutsatser om vilken aktör som står bakom den eventuella icke-autentiska aktiviteten – det skulle kunna vara så att förstärkningen är önskad. Det förefaller likväl som att icke-autentisk aktivitet förekom i en inte obetydlig utsträckning, även om exakt utbredning och effekt under valrörelsen idag inte går att uppskatta.

6.3.2 Botar på Twitter?

I samband med projektets kvalitativa datainsamling kunde ett flertal fall av uppenbart icke-autentisk aktivitet beläggas. För att ytterligare undersöka hur utbrett fenomenet var och om Alberto Escorcias tes stämde, har data från Twitter studerats närmare. Fokus har legat vid ett fåtal kännetecken utifrån hur icke-autentisk aktivitet definieras i tidigare

⁴⁵ Socialdemokraterna använde inte sitt Twitterkonto alls under den senaste valrörelsen (Socialdemokraterna [@socialdemokrat] 2022).

forskning (Dapcevich 2022; Gilani m.fl. 2017; Mehmet, Callaghan, och Lewis 2021; se även MPF 2022a):. Dessa kännetecken är:

- Konton som retweetar svenska inlägg även om de i övrigt inte skriver, retweetar eller på annat sätt interagerar med svenska konton och den svenska informationsmiljön.
- Konton som har publicerat väldigt många inlägg under en kort tidsperiod.
- Konton som vid närmare granskning verkar tillhöra ett större nätverk av liknande konton, som i sig saknar skönjbar gemensam nämnare.
- Konton som vid närmare granskningar visar sig ha manipulerade bilder.
- Konton med namn som antyder att de kan vara skapade i serie.

I datasetet förekommer flera konton som senare har stängts av. Kontonnamnen är ofta uppbyggda av för- och efternamn samt ett nummer. I vissa fall har samma namn upp till tjugo konton, varav några med samma kombination av bilder, för- och efternamn samt siffra i stigande ordning, identifierats. Några konton har normalt sett varit avstängda och andra vilande. Ofta används sådana konton till att publicera stödjande kommentarer eller att retweeta andras inlägg. De publicerar sällan eget material. Andra konton publicerar ingen politisk information utan använder istället populära hashtaggar för att på så sätt nå ut till andra användare som twittrar om, eller är intresserade av, samma ämne. Inläggen består inte sällan av olika, från varandra orelaterade hashtaggar. Det kan till exempel röra sig om betalda konton som ska se till att ett visst ämne trendar, så att fler användare börjar skriva under just den hashtaggen.

För att avgöra om omfattande påverkan från automatiserade konton förekom i urvalet, eller snarare ”botliknande” konton, har olika serier av konton analyserats med hjälp av verktyget Botometer. Botometer är skapat av Indiana University’s observatorium för sociala medier, OSOME.⁴⁶ Verktyget möjliggör analys av hur konton beter sig och hur likt beteendet är jämfört med kända automatiserade konton. Analysen ger utslag i en samlad ”bot-poäng” (0-5), som dock bör betraktas med försiktighet eftersom den verkar säkrare än vad den är.⁴⁷ Poängen bör snarare ses som en relation till andra konton från samma datamaterial, vilket betyder att vi med utgångspunkt i den så kallade ”Bot-poängen” inte med säkerhet kan säga om ett konto är automatiserat eller inte. I realiteten kan Botometer ge goda resultat om ett konto uppvisar uppenbara karaktärsdrag för att vara automatiserat, men är lite mindre tydligt när det gäller till exempel hybridkonton som drivs av en människa med maskinell hjälp.

För att identifiera de konton som skulle undersökas gjordes fyra urval i två datamängder (#valfusk och #val2022/#valet2022). Eftersom det handlar om att identifiera förstärkande beteende valde vi att utgå från retweets som bas.⁴⁸ Av de konton som startades 2022 valdes även de femtio mest aktiva ut för närmare analys. I den samlade datamängden där samtliga konton ingick valdes de 75 mest aktiva kontona ut. I urvalet finns alltså konton med en påtagligt hög andel retweets – många nära 100 %. Andra hade ett mer beskedligt antal. Detta i sig är, som beskrivet ovan, ett av kriterierna för att identifiera icke-autentiskt beteende.

⁴⁶ Se institutionens hemsida här: <https://osome.iu.edu/>. Botometer finns här: <https://botometer.osome.iu.edu/>.

⁴⁷ Analysen utförs med en statistisk metod som ger en ”Bot-score” men som inte låter sig definieras tydligt. Snarare menar forskarna att resultaten bör ställas i relation till andra resultat i samma grupp av konton med hjälp av två värden: dels den så kallade ”cap” som ger en indikation på hur många konton med en viss poäng som klassas som människor och inte botar. Dels Bot-score i relation till andra konton från samma dataset. I det följande presenterar vi Bot-score (den version som är okänslig för språk) men för enkelhetens skull har vi inte med cap-värden.

⁴⁸ Det betyder att vi uteslöt de inlägg som var egenproducerade. Dessa ”originella” inlägg är i sammanhanget endast intressanta om de delas vidare av en annan användare.

Tabell 4. Analys av särskilt aktiva Twitterkonton.

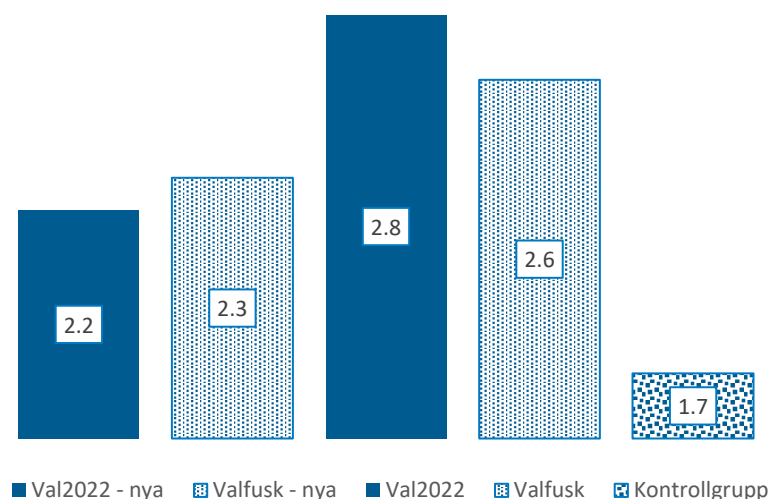
	Urvalsram	# steg 1	# steg 2	Inlägg totalt*	Inlägg/dag.*
Val2022 - nya	Nya 2022	50	15	11740	42
Valfusk - nya	Nya 2022	50	18	20166	77
Val2022	Samtliga	75	25	192420	97
Valfusk	Samtliga	75	31	157000	83
Kontrollgrupp	#Val2022	26	26	2252	9

Anteckning: * betyder att värdet är ett genomsnitt.

Kontona analyserades med Botometer i två steg: först sorterades användare ut efter ett cap-gränsvärde 0,8.⁴⁹ Detta ansågs vara en acceptabel nivå eftersom vi inte förväntade oss att hitta många helautomatiserade konton utan snarare konton som skulle kunna visa på ett ”botliknande beteende”. Detta resulterade i att ca 1/3 av inläggen, som uppvisade normalt beteende, sorterades bort. Därefter analyserades kontona närmare i termer av botpoäng och kontostatistik. Framförallt fokuserades på publiceringstakt och hur länge kontot hade varit aktivt, i enlighet med parametrarna i inledningen ovan.

En liten kontrollgrupp från #val2022 och #valet2022 valdes också ut från de mindre aktiva kontona för att jämföra utfallet i Botometers mätning med hur vanliga konton räknas.

Tabeller med utförlig information finns i Appendix 5. En sammanfattning visas i tabell 4 ovan. Kontona har mycket varierande totalt antal tweets, men generellt kännetecknas de av en mycket hög publiceringstakt. Analysen visar att de mest aktiva kontona har publicerat upp till 300 inlägg per dag, kontinuerligt sedan kontot startades. En sådan publiceringstakt torde vara svår att uppnå utan någon slags assistans, antingen via publiceringsverktyg eller automatisering. I samband med valrörelsen publicerade dessa konton mellan 300-2500 inlägg. Det är en betydande publiceringstakt, trots att det i sig är enkelt att retweeta ett inlägg. Det är alltså bland annat dessa konton som Escorcia lyfte fram i analysen som beskrevs ovan. Emellertid säger det i sig inget om huruvida ett konto är automatiserat eller inte.



Figur 12. Genomsnittliga botpoäng för olika urvalsgrupper.

Hur ställer sig då Botometer till frågan om icke-autentiskt beteende under den svenska valrörelsen? Den har svårt att placera de konton som uppvisar denna typ av beteende. Vi har redan sorterat ut de som har en låg sannolikhet att vara automatiserade – resterande

⁴⁹ Se fotnot 34 ovan.

kategoriseras oftare som botar än som människor.⁵⁰ De flesta landar på en poäng mellan 2-3, vilket är förhållandevis högt men inte ett tvärsäkert tecken på automatiserat beteende. Tydligt är att bland de konton som bidrar med absolut flest inlägg finns både automatiserade och genuina konton.

Figuren ovan visar genomsnittliga botpoäng för de olika urvalsgrupperna. De botar som identifieras tydligt av Botometer (poäng 4.3) är till exempel *Fopol_SE*, en helt legitim bot som enligt egen utsaga ”retweetar allt taggat #föpol.”⁵¹ Ett annat, ej deklarerat exempel, som startades 2014 får 4.8 poäng. Det är uppenbart att det rör sig om ett automatiserat konto. De flesta får emellertid lägre poäng, vilket gör dem svårbedömda. Ser vi till kontrollgruppens värden blir det dock tydligt att ”vanliga” konton markant skiljer sig från de hyperaktiva konton som ger högre utslag i Botometers analys.

Genuina konton publicerar oftare egna inlägg i diskussion med andra konton, medan de som uppvisar ett tydligare ”botliknande” beteende gillar och retweetar de mer inflytelserika användarna. De deltar i mindre utsträckning i diskussioner. En ytterligare ledtråd är att flera av de mest aktiva kontona idag har stängts av från Twitter. Det är som sagt inte givet att dessa är automatiserade konton, men utifrån de kriterier som används i den här analysen uppvisar de tydliga tecken på icke-autentiskt, botliknande beteende.⁵²

De konton i urvalet som retweetar mest av alla inom #valfusk och #val2022/#valet2022 är initialt svåra att kategorisera, men vid närmare analys framgår att flera uteslutande retweetar vid vissa bestämda tider. Det mest aktiva av de botliknande konton som finns med i urvalet retweetar exempelvis återkommande söndagar mellan 05:00 och 10:00. Ett annat bland de fem mest aktiva kontona retweetar huvudsakligen söndagar mellan 10:00 och 15:00. Detta indikerar att kontona är relaterade och att det skulle kunna finnas en grad av koordinering mellan dem. De får däremot inte de högsta poängen av Botometer, utan ligger på 3.1 och 3.4. Detta visar att automatiserad botdetektion i viss utsträckning är ett hjälpmedel, men att det behöver kompletteras med kvalitativ analys.

Sammantaget har vi goda indikationer för att hävda att en betydande del av aktiviteten på Twitter under valrörelsen och valfusk-diskussionen sannolikt förstärktes av icke-genuin kontoaktivitet, som fick temat att trenda i större utsträckning än det annars skulle ha gjort. Det är ett konto som inte identifierades i den ursprungliga sorteringen men som hade stor påverkan på hur #valfusk utvecklades under valdagen. Detta fall beskrivs i informationsrutan på nästa sida.

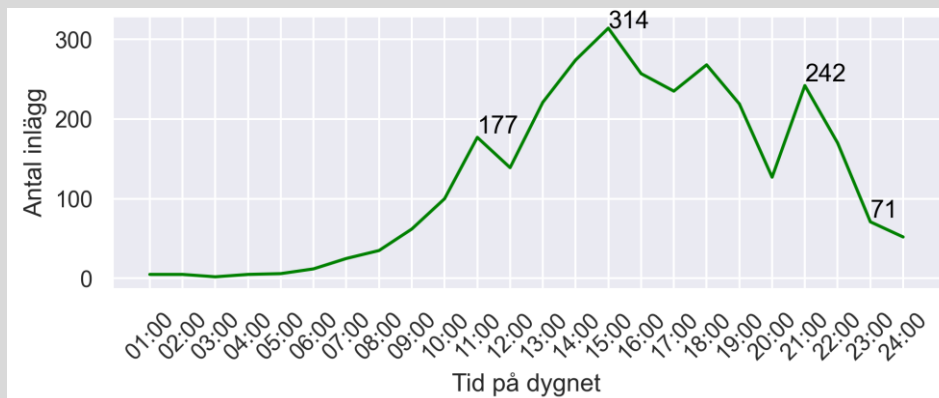
⁵⁰ Vår sortering rensar bort de konton där det är vanligt att mer än 20% kategoriseras som människor för en given Bot-poäng. Samtliga konton som ses här har alltså en poäng där det är förhållandevis ovanligt att kontona klassificeras som människor. Se Botometers FAQ för mer information om detta: <https://botometer.osome.iu.edu/faq#which-score> (senast tillgänglig 2023-02-20).

⁵¹ Kontot finns här: https://twitter.com/Fopol_SE (2023-02-20).

⁵² Twitter stänger av konton av tre huvudsakliga orsaker: spam, om det misstänks att ett konto har hackats, eller på grund av stötande beteende. Det är emellertid en god indikation på icke-genuint beteende (Cresci m.fl. 2017; Fernquist, Kaati, Akrami, Asplund Cohen, m.fl. 2018). Se <https://help.twitter.com/en/managing-your-account/suspended-twitter-accounts> för ytterligare detaljer.

Fallet med den falska kommunpolitikern

Ett mer uppseendeväckande och flagrant fall är "fallet med den falska kommunpolitikern". Som beskrevs i avsnitt 5.2.2 ovan dalade aktiviteten i #valfusk under valdagen. Initialt kom många rapporter om saknade valsedlar med mera, men mellan kl. 19:00-20:00 på kvällen publicerades inte mer än dryga hundratalet inlägg. Därefter kom en skarp ökning och sedan dog hashtaggen mer eller mindre ut. Ökningen förmodades bero på att SVT publicerade vallokalsundersökningen runt 20-tiden på valkvällen. Av organisatoriska skäl var vissa vallokaler fortfarande öppna och undersökningen kunde därför ha påverkat röstningen. Detta var föremål för debatt, men inte under #valfusk. Vid närmare inspektion bestod ökningen nämligen av ca 140 inlägg från ett enda konto.



Kontoinnehavaren är enligt kontots biografi högutbildad, rysslandsvän och representant för Kristdemokraterna i kommunfullmäktige i en svensk stad. Det finns emellertid ingen person under detta namn i stadens kommunfullmäktige, varken nu eller tidigare. Bilden som används är tagen från en person verksam vid en statlig myndighet. Kontot startades i juni 2022 och har sedan dess publicerat dryga 5000 inlägg – inte tillräckligt för att vara uppseendeväckande men ändå nästan 20 per dag.

Den 11:e september kl. 20:00 händer emellertid något. Kontot har varit nästan helt inaktivt under valrörelsen, men börjar nu retweeta i hög takt. Mellan Klockan 20:10-20:25 retweetar kontot 146 inlägg med valfusk-tema – ett inlägg var sjätte sekund. På det sättet får användaren valfusk-hashtaggen att trenda igen, vilket kommenteras i andra delar av #val2022 och #valet2022. Användaren verkar helt enkelt ha återgivit samtliga äldre inlägg som hen kunde finna. På så sätt kunde hen under en kort tid, genom en riktad ansträngning, väcka #valfusk till liv igen. Detta är därför ett tydligt exempel på försök till informationspåverkan enligt definitionen i denna undersökning.

Figur 13. Inforuta: fallet med den falska kommunpolitikern

6.3.3 Påverkan på Instagram

Även på Instagram identifierades två grupper av icke-autentiska konton i samband med valrörelsen. Den första, *Odessanätverket*, är en liten grupp konton som publicerar identiska inlägg. Under valrörelsen publicerades foton med naturmotiv, men i augusti började gruppen att publicera inlägg om det svenska valet riktade mot MP, C, V och S (figur 14 visar en återskapad version av ett av inläggen). Innehållet var bitvis aggressivt, annars sarkastiskt och insinuant. Det förekom även kritik mot vaccination mot covid-19. Kort därefter bytte gruppen till att istället publicera mycket explicit ukrainsk propaganda. Två av kontona har ett större antal följare, upp emot 30 000, medan de andra har ett mindre antal följare. Det kan vara tecken på att kontona ingår i en grupp av konton som skulle kunna stamma från en trollfabrik. Genomsnittet för de granskade inläggen, i termer av likes, var dock högst begränsade.



Figur 14. Återskapat inlägg från Odessanätverket. Bild: imgflip, <https://imgflip.com/i/7db7rx>

Det finns ytterligare exempel på hur konton dagen efter valdagen började posta inlägg som inte hade med valrörelsen att göra – samtidigt som de fortfarande använde valrelaterade hashtaggar som #val2022, #röstarrätt med flera. På Instagram identifierades två konton som dagen efter valet postade inlägg för att sälja verktyg respektive olika typer av byggnadsmaterial och staket. Dessa konton, som inte har någonting med valrörelsen eller politik att göra, postade trots det under hashtaggen #valfusk, vilket indikerar att kontona fram till valdagen användes för att sprida innehåll av en annan karaktär.

På Instagram fanns det också konton som hade hoppat på en rad hashtaggar som var dagsaktuella i olika delar av världen. Utöver #valfusk var inläggen också taggade med exempelvis #SlavaUkraini, #GoHomeMeganMarkle och #Idolssa. Själva innehållet i dessa inlägg hade ingenting med endera av temana för hashtaggarna att göra. Sådan ”påhängning” av hashtaggar är vanlig, men utgör inte någon synnerligt allvarlig form av påverkan.

Även om det alltså går att identifiera icke-genuin aktivitet också med denna mer manuella metod är det sammantaget svårt att med säkerhet belägga vilken typ av icke-genuin aktivitet det rör sig om, dvs. om det är automatiserade konton eller människor med manipulerande uppsåt. Utifrån spridningen på de uppenbart falska inläggen har spridningen inte varit omfattande. Om däremot inläggen om valfusk med stor spridning skulle visa sig vara koordinerade och icke-autentiska så skulle det betyda att någon eller några aktörer med framgång påverkade just diskussionen om valfusk. Detta är emellertid något som föreliggande undersökning endast kan spekulera kring.

6.4 Slutsats

Detta kapitel har presenterat tre analytiska perspektiv på förekomsten av informationspåverkan under valrörelsen: typ av narrativ, vilseledande innehåll och icke-autentisk aktivitet. Här tolkas informationspåverkan, som definierades i kapitel 2, som *riktad verksamhet att i hemlighet vilseleda en målgrupp i syfte att påverka dess politiska uppfattningar, beteenden och beslutsfattande*. Det är alltså dold aktivitet för att påverka informationsmiljön i en på förhand given riktning. I undersökningen har vi studerat vilka narrativ som förekommer, vilka teman som dominerar och huruvida det finns tecken på koordination och/eller icke-autentisk aktivitet på de sociala medier som inkluderades.

Resultatet visar att det finns indikationer på att det förekom koordinerade försök att påverka vilka teman som fick mest uppmärksamhet samt att ge stöd till tongivande konton, framförallt, men inte uteslutande, på högersidan. Dessa indikationer kommer från egen analys av sociala medieplattformar och extern rapportering i media. Ungefär en sjättedel av de mest aktiva kontona på Twitter uppvisade tecken på botliknande beteende, vilket

ligger över Twitters officiella statistik men på en liknande nivå som forskare brukar uppskatta (Maxwell 2022). Bland de mest aktiva kontona uppvisar flertalet ett beteende som inte ter sig som slumpmässigt. Det kan handla om en extremt hög publiceringsfrekvens, att flera konton publicerar identiskt innehåll och att nystartade konton direkt försöker påverka vilka teman som trendar. Det sistnämnda var fallet med den falska kommunpolitikern som presenterades i figur 13 ovan.

Under valrörelsen observerades botliknande beteenden som förstärkte höger- och vänstersidan, om än den förra i betydligt större utsträckning. Det spreds också mycket vilseledande uppgifter om de olika partierna, framförallt Socialdemokraterna och, i betydligt mindre utsträckning, Sverigedemokraterna. Dessa understöddes av polariserande och misstroendeinriktade narrativ som skapade bilden av ett sönderslitet svenskt samhälle där myndigheterna och stora delar av det politiska styret är korrupt. Sådana narrativ har påvisats under lång tid i tidigare forskning och de spreds även under valrörelsen. I vår undersökning kommer de till uttryck framförallt i samband med diskussionen om valfusk, som framförallt skedde på Twitter.

Twitter är en egen informationsmiljö som används regelbundet av endast ca 10 % av Sveriges befolkning (Internetstiftelsen 2022, Diagram 7.1.2). Påverkan på Twitter har en begränsad räckvidd och uppmärksamheten som diskussioner på plattformen drar till sig kan lätt överskattas. Ändå, aktivitet i informationsmiljön tenderar att spridas mellan medietyper, plattformar och sociala nätverk. Dessutom är Twitter fortsatt en viktig plattform för både journalister och politiska partier (trots att Socialdemokraterna valde att lämna plattformen under valrörelsen).⁵³ Det är därför, trots plattformens begränsade användarbas, en viktig del av informationsmiljön i samband med valrörelsen.

Trots att informationspåverkan kunde identifieras i materialet som studerats är det svårt att veta om detta påverkade valrörelsen. Givet att informationen som Aftonbladet publicerade stämmer, nämligen att förstärkningen särskilt gällde energipolitiken (Beijmo 2022), skulle det se ut som om detta hade varit framgångsrikt. Energifrågan blev utslagsgivande för hur valrörelsen utvecklade sig, men den var inte given på förhand. Emellertid finns det inga belägg för att just diskussioner på Twitter skulle vara upphov till att energifrågan hamnade i fokus. I denna undersökning har fokus inte legat på energipolitik utan på valfusk, vilket gör att vi inte kan uttala oss med säkerhet kring detta ämne. Däremot kan vårt material visa på konkret, om än småskalig, informationspåverkan när det gäller både valet i allmänhet och diskussionen om just valfusk. Det handlar i vissa fall potentiellt om informationspåverkan som inte är av försumbar karaktär.

⁵³ Se fotnot 21 och 40 ovan.

7 Slutsatser

7.1 Undersökningens resultat

Denna studie har haft som utgångspunkt att studera hur den svenska informationsmiljön under valrörelsen 2022 ter sig på fyra olika sociala medieplattformar, som tillsammans täcker en stor andel av svenskarnas sociala medieanvändning (Internetstiftelsen 2022). Det betyder att vi inte aktivt har sökt oss ut till vare sig vänster- eller högerextrema sfärer i den övergripande miljön. Vi har närstuderat de mest populära hashtagarna som är relaterade till valrörelsen 2022. Diskussioner om valrörelsen har framförallt analyserats utifrån deras omfattning och tematiska bredd. Tre delar har studerats närmare: dominerande teman på fyra sociala medieplattformar, frågan om valfusk och förekomsten av informationspåverkan.

I kapitel 4 visar vi att energipolitiken var det dominerande temat på Twitter och att den kvalitativa kodningen visade på en påtaglig dominans för Sverigedemokraterna på sociala medier under valrörelsen. Tiktok tillkom under valrörelsen 2022 som en ny plattform för valkampanj, men plattformens fokus på underhållning och korta filmklipp verkade vara svåra att kombinera med politiskt sakinnehåll. Många av de Tiktokinlägg som kodades berörde endast marginellt valrörelsen, men att mer subtil kommunikation premieras betyder inte att plattformen inte är relevant för politisk kommunikation. Utifrån ett informationsmiljöperspektiv är Tiktok ett intressant fall där politik tvingas att kopplas samman med underhållning – är det inte roligt får innehållet ingen spridning.

På Youtube, Instagram och Twitter framträdde delvis olika bilder. Antalet inlägg inom ramen för valrelaterade hashtaggar både på Twitter och Instagram minskade med ca. 30 % i relation till valrörelsen 2018. På Instagram dominerade frågor om valdeltagande och röstning, både inför och efter valet. Där var energipolitiken mindre påtaglig än på Twitter. Materialet som analyserades från Youtube, slutligen, var mångfacetterat. Dels hade partiorganisationerna en stark närvaro på plattformen, där de delade officiellt kampanjmaterial, dels så försökte de mindre, oetablerade partierna att göra sin röst hörd. Relativt ofta förekom även omnämningar om valfusk just i samband med oetablerade partiers kommunikation (som ofta var riktad mot Socialdemokraterna).

Vi visar ovan att det visserligen förekom både icke-genuin aktivitet och vilseledande innehåll, men inte i särskilt stor omfattning. Att det finns stora kanaler på Youtube som sprider diverse konspirationsteorier och att Twitter, Tiktok och Instagram används för att vilseleda och manipulera människor är klart. Om det stämmer att de konton på Twitter som analyserades i 6.3.2 verkligen inte är genuina så betyder det att ett antal konton på plattformen fick stor uppmärksamhet på ett artificiellt sätt. Detta kanske påverkade diskussioner på Twitter, men inte nödvändigtvis utanför plattformen. Vi har inte sett att denna typ av innehåll har spridit sig nämnvärt, till exempelvis till Instagram eller Tiktok. Det betyder förstås inte att vi kan dra slutsatsen att Sverige inte utsattes för försök till valpåverkan. Så kanske skedde, till exempel inom ramen för diskussioner om energipolitiken, men det går utanför denna undersöknings omfattning.

Bortom användarbeteenden är det också viktigt att ta användargrupper i beaktande. Enligt Maktbarometern har Twitter en politisk högervändning (tillsammans med Youtube) medan Instagram har en vänstervridning (Karlsten m.fl. 2022). Det konstaterandet är intressant inte minst i relation till den analys som Escorcja gjorde av Twitter, där förstärkning av innehåll främst sker till högersidans fördel. Det är en vanlig metod att förstärka specifika budskap riktade till specifika grupper för att på så sätt driva på polarisering. Twitteranvändare är möjligen mottagliga i större utsträckning för vissa typer av narrativ (Johansson m.fl. 2022), men det rör sig om en begränsad målgrupp.

Andra faktorer att beakta är nätverkens olika inriktning, normer och regelsystem. Det är på Instagram, till exempel, relevant att diskutera frågan om inlägg i relation till "stories". Instagrams användare kommunicerar i allt större utsträckning via stories framförallt till sina följare, snarare än via bilder som sprids mer öppet bortom den egna profilens flöde.

En mer permanent publicering av en bild ger ett mer varaktigt intryck än den mer flyktiga storyn. Samtidigt är sociala medier som Snapchat och TikTok populära – två appar där det mindre varaktiga intrycket premieras. Det kan vara ett symptom av en större trend där vissa sociala medier mer går mot att vara underhållningsplattformar för envägs-kommunikation snarare än att de accentuerar det sociala utbytet.

Sammanfattningsvis, som beskrevs i kapitel 2, finns det många metoder och verktyg för att genomföra informationspåverkan. I vårt dataunderlag ser vi förstärkande retweets, fingerade inlägg och försök att hoppa på trender genom att använda många olika hashtaggar. Det mesta av den information som är vilseledande, är det inte på grund av att den är direkt felaktig, men bygger på en konspiratorisk syn på politiken och makt i samhället. Det betyder inte att den inte är skadlig, utan påtalar vikten av att människor behärskar grundläggande källkritik och förmår tänka kritiskt oavsett i vilken del av informationsmiljön de befinner sig. Detsamma gäller förmågan att sortera mellan olika typer av källor. En vanlig påverkansmetod är att förstärka specifika budskap riktade till specifika grupper för att på så sätt driva på en ömsesidig polarisering. Twitteranvändare som misstror valsyste-met är möjligen mottagliga i större utsträckning för vissa typer av narrativ, som Johansson m.fl. (2022) argumenterar (se avsnitt 2.1), men det rör sig om en begränsad målgrupp.

7.2 Valfuskfrågan 2018 och 2022

Redovisningen ovan visar på att mycket av det som rapporterna från 2018 kom fram till även är skönjbart 2022, trots att metoder och plattformar delvis skiljer sig åt. Likt 2018 är mycket innehåll ägnat åt Socialdemokraterna och Sverigedemokraterna. Likt 2018 var de mest framträdande vilseledande och felaktiga informationen om valprocessen och anklagelser om valfusk. Då likt nu kan samma slutsats dras, dvs. att det är viktigt att studera digitala diskussioner online för att därigenom kunna identifiera bristande kunskaper om den svenska valprocessen som behöver klargöras på tydliga och trovärdiga sätt för att dämpa risken för spridning av skadlig vilseledande information.

Mycket intressant är utvecklingen av de teman som redan 2018 var framträdande i diskussioner om valfusk. Valmyndighetens webbplats val.se har haft stor betydelse. Den utsattes för ett överbelastningsangrepp under valkvällen 2018, vilket inte påverkade valräkningen. I den berättelse om bristen på åtkomst till www.val.se som angreppet skapade har händelsen 2022 emellertid omformats och berättats på nytt och var föremål för ett flertal tolkningar. Inflytelserika konton på Twitter talade under valrörelsen om händelsen som ett ”strömavbrott” eller en medveten ”nedstängning”. I den föreställningsvärlden är naturligtvis valfusk mycket mer sannolikt eftersom det lättare går att argumentera för en intention. År 2022 är Valmyndighetens webbplats alltså en annorlunda historia än tidigare. Då handlade det om ett angrepp, nu om en vänster-konspiration.

Skillnaden mellan valen 2022 och 2018 är naturligtvis också valresultatet. År 2018 var utgången också jämn men regeringsalternativen otydligare, vilket ledde till en utdragen regeringsbildningsprocess. Eftersom diskussionen om valfusk 2018 var lika intensiv då som under 2022 (se avsnitt 5.1) skulle kanske utsikten för en intensivare svensk ”stop the steal”-debatt ha sett bättre ut då än under 2022. Men ingen sådan debatt inträffade.

Mellan 2018-2022 ligger emellertid flera viktiga händelser som dels mobiliserade och populariserade misstron mot offentliga institutioner i Sverige, dels visade på hur en omfattande digital mobilisering kan omvandlas till politisk handling. Här åsyftas den svenska hanteringen av coronapandemin, som i vissa kretsar sörjde för stor oro, men även stormningen av Kapitolium den 6:e januari 2021. Dessa båda händelser kan hypotetiskt ha spätt på den misstro mot offentliga institutioner som redan tidigare grodde i vissa politiska läger. Vi ser också att den amerikanska ”Stop the steal”-debatten återkommer i materialet från Twitter, Instagram och Youtube, där användare påtalar risken för att det ska hända i Sverige.

Musten gick ur valfuskdiskussionerna under valdagen och framförallt efter att det blev tydligt att Socialdemokraterna inte skulle vinna och att Sverigedemokraterna skulle bli nästa största parti i Sveriges riksdag. Hade situationen sett annorlunda ut hade möjligtvis incitamenten varit starkare under 2022 än 2018 för att faktiskt mobilisera kring valfuskfrågan. Det är omöjligt att säga, men tydligt är att de mest inflytelserika debattörerna till höger, såväl som SD-nära mediekkanaler, arbetade hårt för att bygga upp en stark antipati mot den sittande regeringen. Valfusk var i detta anti-etablissemangsnarrativ en bärande fråga som skulle ha kunnat utgöra grunden för en mobilisering under hösten 2022 om valresultatet hade sett annorlunda ut.

7.3 Framtida forskningsbehov

Studien som här rapporteras är en fallstudie av en instans i populationen nationella informationsmiljöer i Europa. Fallstudiens empiri bidrar till kunskapen om informationsmiljöer och påverkan mer generellt, även om resultaten inte kan anses vara allmängiltiga. Studien av den svenska valrörelsen under 2022 bidrar till en aktualiserad omvärldsbild av hur påverkan kan ske (eller inte), vilka metoder som används och vilka resultaten blir.

Undersökningen visar på ett fortsatt stort forskningsbehov och metodutveckling inför kommande valrörelser som till exempel valet till Europaparlamentet 2024 och de svenska allmänna valen 2026. Sedan Rysslands utökade angrepp mot Ukraina inleddes för lite drygt ett år sedan har den europeiska säkerhetsordningen försämrats drastiskt. Sveriges ansökan till försvarsalliansen Nato utgör idag det främsta säkerhetspolitiska intresset, men Sverige var redan före den 24:e februari 2022 utsatt för påverkanskampanjer och cyberangrepp. Under året har detta intensifierats och Sverige är idag utsatt både från våldsbejakande islamister och främmande makters påverkan (Must 2023). Dessutom bedrivs även påverkansoperationer i Sverige av aktörer med okänt ursprung. Tecken på detta har vi visat i denna rapport. Den visar att otillbörlig påverkan förekommit under valrörelsen men vi har inte kunnat belägga hur omfattande detta varit. Det beror på undersökningens begränsade omfattning i kombination med brist på tillgång till data från sociala medieplattformar. Ytterligare forskning behövs för att dokumentera, kategorisera och lära av tidigare påverkanskampanjer från antagonistiska aktörer.

För att åstadkomma detta behövs en sammanhängande bild av statliga och icke-statliga aktörers påverkan i informationsmiljön i Sverige. Målsättningar för framtida projekt bör vara att (a) identifiera påverkans-operationer av statliga och icke-statliga aktörer; (b) studera deras metoder och syften; och (c) lägga grunden till vidare fördjupad forskning i form av specifika fallstudier till förmån för det psykologiska försvaret och samverkan med forskningsinstitut på nationell och internationell nivå, till exempel i samband med projektansökningar till externa finansörer som den europeiska försvarsfonden EDF.

Ett viktigt behov som denna undersökning accentuerar är att utveckla metoderna för att studera och identifiera påverkan, däribland icke-autentiskt beteende, på ett systematiskt sätt över ett flertal sociala medieplattformar. Bortom konstaterande att viss icke-autentisk aktivitet förekom under valrörelsen finns det idag begränsad möjlighet att studera och identifiera nätverksmanipulation på ett mer systematiskt sätt. Det är viktigt att forskningen inte halkar efter teknikutvecklingen alltför mycket eftersom det då blir kostsamt att återfå en sådan kapacitet vid nästa valrörelse, samhällskris eller annan händelse då sådan kompetens behövs. Därutöver behöver samverkan mellan kvalitativa och kvantitativa ansatser på området stärkas så att de förstärker varandra snarare än att existera parallellt. I denna undersökning har vi arbetat med både kvalitativt och kvantitativt material, men analysen kan stärkas och gå i en mer analytisk riktning, bortom deskriptiv statistik. Kvalitativa studier kan identifiera och spåra nya trender och tendenser i olika delar av informationsmiljön. Språkmodeller och maskininlärning kan användas för att identifiera påverkan och testa hypoteser om hur olika budskap sprids, nätverksanalys kan användas för att studera nätverksmanipulation och kvalitativa analys av specifika delar av informationsmiljön kan ge oss en mer detaljerad förståelse för hur generella processer kommer till uttryck. För att realisera detta krävs långsiktighet och en noga avvägd forskningsdesign.

Framtida forskning behöver också i större utsträckning ta hänsyn till att gränsdragningen mellan fysiska och sociala system inte alltid är hållbar. Idag är artificiell påverkan en stor industri och det sker en ständig metodutveckling för att skapa konstgjort stöd på sociala medieplattformar som är svårt att upptäcka. I detta sammanhang är teknikutvecklingen snabb, framförallt på AI-området, vilket accentuerar behovet av att hålla jämna steg för att kunna göra uppskattningar om informationsmiljöns integritet. Om vi ser till fenomen som interaktion på sociala medier, artificiell intelligens och förstärkt verklighet (*augmented reality*) blir gränsdragningen till och med flytande. I dessa fall är det snarare fråga om en sammanflätning av fysiska och sociala komponenter, exempelvis i fråga om informationssäkerhet och små, internetfähiga komponenter som enkelt kan kapas av tredje part och användas i påverkanssyfte. Det går idag inte heller att dra en skarp gräns mellan informationens former och dess innehåll. En social medieplattform strukturerar förvisso den data som flödar i dess nätverk, men hur och vilka regler för meningsförmedling som utvecklas är mindre lätt att styra eftersom det i slutändan också beror på hur plattformen används.

Framtida studier av digitala påverkansförsök och icke-genuin aktivitet behöver beakta plattformarna, dess karaktär och respektive användargrupper. Plattformarna är inte statiska, utan utvecklas kontinuerligt. Det är inte säkert att de sociala medier som används idag kommer att vara lika framträdande eller populära vid de svenska allmänna valen 2026. Det är inte heller säkert att de kommer ha samma utformning och funktioner som idag. Förändrade användarbeteenden betyder att de metoder vi använder för att studera plattformar idag kanske inte kommer att fungera för att studera dem imorgon. Utvecklingen av AI-system som ChatGPT gör att det redan idag är betydligt svårare än för bara några år sedan att identifiera om det är en genuin användare som har skrivit en text eller om det kommer från en AI. Det betyder emellertid också att de försök till påverkan vi ser idag, kanske inte kommer att vara samma som vi ser imorgon. Det krävs kontinuerliga studier av utvecklingen av både sociala medieplattformar, användarbeteenden och metoder för påverkan för att kunna förstå de många olika aspekter som tillsammans utgör de sammanhang som vi här kallar informationsmiljön.

Strategisk kommunikation och psykologiskt försvar är svar på de hot som informationspåverkan från bland annat främmande makt utgör (Nilsson, Olsson, och Ekman 2022b). Svenska aktörer behöver stödjas med detaljerad kunskap om påverkanskampanjer, deras uppbyggnad samt hur tillvägagångssätt förändras över tid.

8 Referenser

- Aalberg, Toril, Peter van Aelst, och James Curran. 2010. "Media Systems and the Political Information Environment: A Cross-National Comparison". *International Journal of Press-Politics* 15(3): 255–71.
- Admund Funck, Marcus, och Hugo Lindkvist. 2022. "SD-topp får kritik efter påståenden om valsabotage: "Problematiskt"". *DN.SE*. <https://www.dn.se/sverige/sd-topp-far-kritik-efter-pastaenden-om-valsabotage-problematiskt/> (15 februari 2023).
- Adriaans, Pieter. 2020. "Information". I *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, red. Edward N. Zalta. Metaphysics Research Lab, Stanford University. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/information/> (04 januari 2023).
- Albinsson, Mattias. 2022. "AVSLÖJAR: Röstbussar samlar in invandrades röster – 'Vet inte vad röstkortet är'". *Samnytt.se*. <https://samnytt.se/avslojar-rostbussar-samlar-in-invandrades-roster-vet-inte-vad-rostkortet-ar/> (15 februari 2023).
- Andersson, Anna. 2023. *Rättsligt ramverk för bemötande av informationspåverkan: En studie av det rättsliga ramverket för bemötande av informationspåverkan genom informationsåtgärder*. Stockholm: FOI Totalförsvarets Forskningsinstitut. FOI-R--5443--SE.
- Andersson, Joakim, och Malin Dahlberg. 2018. "Här är grupper och sidor som flaggar för valfusk". *SVT Nyheter*. <https://www.svt.se/opinion/aktorer-med-likartad-profil-flaggar-for-valfusk> (15 februari 2023).
- Aylott, Nicholas. 2022. "Blockpolitikens återkomst". I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 93. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Baas, David. 2018. "Högerextremister klagar på valfusk - medveten strategi". <https://www.expressen.se/nyheter/hogerextremister-klagar-pa-valfusk-medveten-strategi/> (15 februari 2023).
- Banducci, Susan, Heiko Giebler, och Sylvia Kritzing. 2017. "Knowing More from Less: How the Information Environment Increases Knowledge of Party Positions". *British Journal of Political Science* 47(3): 571–88.
- Baptista, Joao Pedro, och Anabela Gradim. 2020. "Online Disinformation on Facebook: The Spread of Fake News during the Portuguese 2019 Election". *Journal of Contemporary European Studies* 30(4): 1–16.
- Bay, Sebastian, Patrik Thunholm, m.fl. 2022. *Hot mot svenska allmänna val - Exempel och scenarier för valadministrationen*. Stockholm: FOI Totalförsvarets Forskningsinstitut. FOI-R--5298--SE.
- Bay, Sebastian, Gila Paziraei, m.fl. 2022. *Incidenter under genomförandet av allmänna val i Sverige - Valen 2018 och 2019*. Stockholm: Totalförsvarets forskningsinstitut FOI. FOI-R--5297--SE.
- Bay, Sebastian, Rolf Fredheim, Tetiana Haiduchyk, och Anton Dek. 2022. *Social Media Manipulation 2021/2022: Assessing the Ability of Social Media Companies to Combat Platform Manipulation*. Riga: Nato Stratcom CoE. https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/20220429_Social_media_manipulation-FOR-WEB.pdf (22 januari 2023).
- Beijmo, Mattias. 2022. "Svenska valrörelsen manipuleras på Twitter". *Aftonbladet.se*. <https://www.aftonbladet.se/a/OrRV53> (06 februari 2023).

- Bennett, W. Lance, och Steven Livingston. 2018. "The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions". *European Journal of Communication* 33(2): 122–39.
- Berglez, Peter. 2022. "Hur påverkades valrörelsen 2022 av omvärlden?" I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 111. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Bergström, Göran, och Kristina Boréus. 2005. *Textens mening och makt: Metodbok i statsvetenskaplig text- och diskursanalys [The significance and power of the text: Methods in political science text- and discourse analysis]*. Lund: Studentlitteratur.
- Blaikie, Norman. 2000. *Designing Social Research*. Cambridge: Polity Press.
- Bolin, Niklas, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord, red. 2022. *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*. Sundsvall: Mittuniversitetet. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Braun, Eric. 2019. *The Deep State Conspiracy: Does It Exist?* Capstone.
- Bäck, Hanna, och Andrej Kokkonen. 2022. "Om röda linjer och affektiv polarisering". I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 59–60. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Calmfors, Lars. 2022. "Valrörelsen 2022 – ett sammanbrott för dialogen mellan ekonomer och politiker". I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 20. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Castro, Laia m.fl. 2022. "Navigating High-Choice European Political Information Environments: A Comparative Analysis of News User Profiles and Political Knowledge". *The International Journal of Press/Politics* 27(4): 827–59.
- Cepurītis, Māris m.fl. 2020. *Russia's Footprint in the Nordic-Baltic Information Environment 2019/2020*. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. file:///C:/Users/olasve/Downloads/russias_footprint_nb8_2020_nato_stratcom_coe.pdf.
- Cialdini, Robert B., och Noah J. Goldstein. 2004. "Social Influence: Compliance and Conformity". *Annual Review of Psychology* 55(1): 591–621.
- Colliver, Chloe, Peter Pomerantsev, Anne Applebaum, och Jonathan Birdwell. 2018. *Smearing Sweden: International Influence Campaigns in the 2018 Swedish Election*. <https://www.isdglobal.org/isd-publications/smearing-sweden-international-influence-campaigns-in-the-2018-swedish-election/> (19 januari 2023).
- Cresci, Stefano m.fl. 2017. "The paradigm-shift of social spambots: Evidence, theories, and tools for the arms race". *Proceedings of the 26th International Conference on World Wide Web Companion - WWW '17 Companion*: 963–72.
- Dahlgren, Peter. 2018. "Public Sphere Participation Online: The Ambiguities of Affect". *International journal of communication (Online)*: 2052.
- Dapcevich, Madison. 2022. "Snopes Tips: How to Spot Social Media Bots". *Snopes*. <https://www.snopes.com/articles/435482/spot-a-bot/> (06 mars 2023).

- Das, Anupam, och Ralph Schroeder. 2020. "Online Disinformation in the Run-up to the Indian 2019 Election". *Information, Communication & Society*: 1–17.
- Deverell, Edward, Charlotte Wagnsson, och Eva-Karin Olsson. 2021. "Destruct, Direct and Suppress: Sputnik Narratives on the Nordic Countries". *The Journal of International Communication* 27(1): 15–37.
- Eberle, Jakub, och Jan Daniel. 2019. "'Putin, You Suck': Affective Sticking Points in the Czech Narrative on 'Russian Hybrid Warfare'". *Political psychology* 40(6): 1267–81.
- Ecker, Ullrich K. H. m.fl. 2022. "The Psychological Drivers of Misinformation Belief and Its Resistance to Correction". *Nature Reviews Psychology* 1(1): 13–29.
- Elo, Satu m.fl. 2014. "Qualitative content analysis". *Sage Open* 4(1): 2158244014522633.
- Ertür, Başak. 2016. "The Conspiracy Archive: Turkey's Deep State on Trial". I red. Stewart Motha och H. van Rijswijk. Abingdon, UK: Routledge, 177–94. <https://www.routledge.com/products/9781138830639> (16 mars 2023).
- Escorcia, Alberto. 2022a. "Analys av #Valet2022 6–7 september 2022". *LoQueSigue.tv*. <https://loquesigue.tv/analys-av-valet2022-6-7-september-2022/> (12 februari 2023).
- . 2022b. "Analys av #Valet2022 8–9 september 2022". *LoQueSigue.tv*. <https://loquesigue.tv/analys-av-valet2022-8-9-september-2022/> (12 februari 2023).
- Fernquist, Johan, Lisa Kaati, Nazar Akrami, Katie Asplund Cohen, m.fl. 2018. *Botar och det svenska valet. Automatiserade konton, deras budskap och omfattning*. Totalförsvars forskningsinstitut FOI. FOI MEMO 6458. <https://www.foi.se/rapporter/rapportsammanfattning.html?reportNumber=FOI%20MEMO%206458> (19 januari 2023).
- Fernquist, Johan, Lisa Kaati, Nazar Akrami, Björn Pelzer, m.fl. 2018. *Digitala diskussion om genomförandet av riksdagsvalet 2018*. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap. MSB1314 - december 2018.
- Fernquist, Johan, Ola Svenonius, Lisa Kaati, och Fredrik Johansson. 2019. "Extracting Account Attributes for Analyzing Influence on Twitter". I *European Intelligence and Security Informatics Conference proceedings*, Oulu, Finland: EISIC, 62–69. <https://ieeexplore.ieee.org/xpl/conhome/9102321/proceeding>.
- Fickers, Andreas, och Juliane Tatarinov, red. 2022. *Digital History and Hermeneutics Digital History and Hermeneutics: Between Theory and Practice*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110723991/html?lang=en> (17 januari 2023).
- Floridi, Luciano. 2009. "Philosophical Conceptions of Information". I *Formal Theories of Information*, Lecture Notes in Computer Science, red. Giovanni Sommaruga. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 13–53. http://link.springer.com/10.1007/978-3-642-00659-3_2 (29 december 2022).
- . 2010. *Information: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University press.
- Fria Tider. 2022. "SD varnar för valfusk – 'systematisk nivå'". *Fria Tider*. <https://www.friatider.se/sd-varnar-valfusk-systematisk-niva> (15 februari 2023).
- Gabarron, Elia, Sunday Oluwafemi Oyeyemi, och Rolf Wynn. 2021. "COVID-19-Related Misinformation on Social Media: A Systematic Review". *World Health Organization. Bulletin of the World Health Organization* 99(6): 455–463,463A.

- Gerring, John. 2011. "How Good Is Good Enough? A Multidimensional, Best-Possible Standard for Research Design". *Political Research Quarterly* 64(3): 625–36.
- Gilani, Zafar m.fl. 2017. "Of Bots and Humans (on Twitter)". I *Proceedings of the 2017 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining 2017*, ASONAM '17, Sydney, Australia: Association for Computing Machinery, 349–54. <https://doi.org/10.1145/3110025.3110090> (28 maj 2020).
- Giritli-Nygren, Katarina, och Anna Olofsson. 2022. "I trygghetsnarkomanernas land är apokalypsen nära: Valet 2022". I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 22. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Glynos, Jason, David Howarth, Aletta Norval, och Ewen Speed. 2009. *Discourse Analysis: Varieties and Methods*. University of Essex: Centre for Theoretical Studies in the Humanities and Social Sciences. Review Paper. http://repository.essex.ac.uk/4026/1/discourse_analysis_NCRM_014.pdf.
- Grendahl Sivertsen, Eskil m.fl. 2022. *Uønsket utenlandsk påvirkning? – kartlegging og analyse av stortingsvalget 2021*. Oslo: Forsvarets forskningsinstitutt (FFI).
- Greta Thunberg [@GretaThunberg]. 2022. "Demokrati gäller inte bara på valdagen, utan varje dag. Men vi som har privilegiet att kunna rösta har ett ansvar att göra det. När du röstar, rösta med solidaritet och empati - och tänk på andra som inte är lika lyckosamma. #RöstFörRättvisa #val2022 <https://t.co/z0m3HcY2vA>". *Twitter*. <https://twitter.com/GretaThunberg/status/1568904841199501312> (20 mars 2023).
- Hajli, Nick, Usman Saeed, Mina Tajvidi, och Farid Shirazi. 2022. "Social Bots and the Spread of Disinformation in Social Media: The Challenges of Artificial Intelligence". *British Journal of Management* 33(3): 1238–53.
- Hallin, Daniel C., och Paolo Mancini. 2004. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hart, Tabitha. 2017. "Online Ethnography". I *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*, John Wiley & Sons, Inc., 1–8. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118901731.iecrm0172> (06 maj 2020).
- Hernández, Ana Cristina. 2021. "Valmyndigheten: Risk att valet 2022 inte blir av". *Bulletin.se*. <https://bulletin.nu/valmyndigheten-risk-att-valet-2022-inte-blir-av?s=09> (17 mars 2023).
- Holt, Kristoffer. 2022. "Mediesatsningen som vann valet?" I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*. DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 85. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- House of Representatives. 2022. *Final Report of the Select Committee to Investigate the January 6th Attack on the United States Capitol*. Washington D.C.: U.S. Government Publishing Office. Report 117-663. <https://www.govinfo.gov/content/pkg/GPO-J6-REPORT/pdf/GPO-J6-REPORT.pdf> (13 februari 2023).
- Internetstiftelsen. 2022. "Messenger populärast – övriga Facebook-aktiviteter minskar". I *Svenskarna och internet 2022*, Stockholm: Internetstiftelsen. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2018/sociala-medier/messenger-popularast-ovriga-facebook-aktiviteter-minskar/>.

- Jeangène Vilmer, Jean-Baptiste, Alexander Escorcia, Marine Guillaume, och Janaina Herrera. 2018. *Information Manipulation: A Challenge for Our Democracies*. Paris: CAPS (Ministry for Europe and Foreign Affairs) and IRSEM (Ministry for the Armed Forces). https://www.gouvernement.fr/sites/default/files/locale/piece-jointe/2019/10/11_against_information_manipulation.pdf (06 mars 2023).
- Jederlund, Lars. 2021. "Svensk demokrati hotas av anklagelser om valfusk". *Dagens Nyheter*. <https://www.dn.se/debatt/svensk-demokrati-hotas-av-anklagelser-om-valfusk/> (15 februari 2023).
- Johansson, Bengt, Jesper Strömbäck, Sofia Johansson, och Felix Cassel. 2022. *Sårbarhet för informationspåverkan*. Göteborg: Göteborgs universitet. JMG Arbetsrapport nr 89. file:///C:/Users/olasve/Downloads/Nr89.pdf (03 mars 2023).
- Kaati, Lisa, och Amendra Shrestha. 2023. *Digitala diskussioner och de svenska valen 2022*. Stockholm: Stockholms universitet.
- Karlsten, Emanuel m.fl. 2022. *Maktbarometern 2022*. Stockholm: Medieakademin. https://medieakademin.se/wp-content/uploads/2022/10/Maktbarometern_2022-presentation-v5-web68.pdf (30 januari 2023).
- Kent Ekeröth [@kentekeroth]. 2022. "Ni tror inte valfusk sker i Sverige? <https://samnytt.se/avslojar-rostbussar-samlar-in-invandrares-roster-vet-inte-vad-rostkortet-ar/> Jag tror vänstern gör exakt vad som helst för att vinna. Inklusive fusk och båg." *Twitter*. <https://twitter.com/kentekeroth/status/1563545002353258496> (20 mars 2023).
- Kino, Nuri. 2016. "Samma person, åtta identiteter". *Svenska Dagbladet*. <https://www.svd.se/a/poqV/samma-person-atta-identiteter> (23 mars 2023).
- Kraetzer, Ulrich, Alexander Dinger, Ibrahim Naber, och Uwe Müller. 2022. "Razzia gegen „Reichsbürger“: Pläne zum gewaltsamen Umsturz der Regierung - WELT". *DIE WELT*. <https://www.welt.de/politik/deutschland/article242538041/Razzia-gegen-Reichsbuerger-Plaene-zum-gewaltsamen-Umsturz-der-Regierung.html> (01 mars 2023).
- Laclau, Ernesto. 2005. *On Populist Reason*. London: Verso.
- Larsmo, Ola. 2022a. *Lektion 11: en bok om rasbiologi*. Stockholm: Kaunitz-Olsson.
- . 2022b. *Tio lektioner i svensk historia*. Kaunitz-Olsson.
- Lindkvist, Hugo, och Marcus Admund Funck. 2022. "Myndigheten i högsta beredskap – varnar för tre möjliga angrepp". *DN.SE*. <https://www.dn.se/sverige/myndigheten-i-hogsta-beredskap-varnar-for-tre-mojliga-angrepp/> (05 mars 2023).
- Marnot, Diana, och Ivo Juurvee. 2020. "Narratives on the Nordic-Baltic Countries Promoted by Russia". I *Russia's Footprint in the Nordic-Baltic Information Environment 2019/2020*, red. Elīna Lange-Ionatamišvil. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 32–51. file:///C:/Users/olasve/Downloads/russias_footprint_nb8_2020_nato_stratcom_coe.pdf.
- Maxwell, Timothy. 2022. "How Many Bots Are on Twitter and Does It Matter?" *MOU/Make Use Of*. <https://www.makeuseof.com/how-many-bots-on-twitter/> (17 mars 2023).
- "Medierna granskar: vilka ligger bakom Samhällsnytt?" 2020. *Medierna*. <https://sverigesradio.se/artikel/7454767> (22 mars 2023).
- Mehmet, Michael, Kane Callaghan, och Clifford Lewis. 2021. "Lots of Bots or Maybe Nots: A Process for Detecting Bots in Social Media Research". *International Journal of Market Research* 63(5): 552–59.

- MPF. 2022a. "Bli inte lurad - En handbok om att känna igen och hantera falsk och vilseledande information".
https://www.bliintelurad.se/assets/uploads/2022/07/HANDBOK_MPF.pdf
 (01 mars 2023).
- . 2022b. "Bred informationsinsats ska skydda valet mot utländsk påverkan".
Myndigheten för psykologiskt försvar. <https://www.mpf.se/2022/08/14/bred-informationsinsats-ska-skydda-valet-mot-utlandsk-paverkan/> (05 mars 2023).
- MSB, MPF, och Medieinstitutet Fojo. 2022. *Att möta informationspåverkan – Handbok för journalister*. Karlstad: Myndigheten för samhällsskydd och beredskap.
- Must. 2023. *Must årsöversikt 2022*. Stockholm: Försvarsmakten.
- Neuendorf, Kimberly A. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publ.
- Newman, Isadore, och Carolyn R. Benz. 1998. *Qualitative-Quantitative Research Methodology: Exploring the Interactive Continuum*. Carbondale, IL.: Southern Illinois University Press.
- Nicas, Jack. 2023. "What Drove a Mass Attack on Brazil's Capital? Mass Delusion." *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/01/09/world/americas/brazil-riots-bolsonaro-conspiracy-theories.html> (18 januari 2023).
- Nilsson, Per-Erik, Sofia Olsson, och Ivar Ekman. 2022a. *Den nya informationsmiljöns topografi - Teknik, människa och strategi i osäkerhetens tidevarv*. Stockholm: Totalförsvarets forskningsinstitut. FOI-R--5342--SE.
<https://www.foi.se/rapporter/rapportsammanfattning.html?reportNo=FOI-R--5342--SE> (02 januari 2023).
- . 2022b. *Den nya informationsmiljöns topografi - Teknik, människa och strategi i osäkerhetens tidevarv*. Stockholm: FOI Totalförsvarets forskningsinstitut.
<https://www.foi.se/rest-api/report/FOI-R--5342--SE> (20 januari 2023).
- Pierri, Francesco, Alessandro Artoni, och Stefano Ceri. 2020. "Investigating Italian disinformation spreading on Twitter in the context of 2019 European elections". *PLoS One* 15(1).
- Pollack Sarnecki, Hannah. 2022. "Konspiratoriska narrativ som våldsideologi". I *Demokratisk säkerhet: En antologi*, FOI-R--5233--SE, red. Anders Strindberg m.fl. Stockholm: FOI Totalförsvarets Forskningsinstitut, 79–108.
- Porche, Isaac R. m.fl. 2013. "The Information Environment and Information Warfare". I *Redefining Information Warfare Boundaries for an Army in a Wireless World*, RAND Corporation, 11–18. <https://www.jstor.org/stable/10.7249/j.ctt3fh1qp.10> (22 juni 2022).
- van Prooijen, Jan-Willem, och Karen M. Douglas. 2018. "Belief in conspiracy theories: Basic principles of an emerging research domain". *European Journal of Social Psychology* 48(7): 897–908.
- Rostami, Amir. 2022. "Kriminalpolitik – Berättelsen om "det svenska tillståndet"". I *Snabbtänkt - Reflektioner från valet 2022 av ledande forskare*, DEMICOM-rapport nr 51, red. Niklas Bolin, Kajsa Falasca, Marie Grusell, och Lars Nord. Sundsvall: Mittuniversitetet, 25. <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:1698555/FULLTEXT01.pdf> (30 januari 2023).
- Schön, Gustav. 2022. "Mpf: Så spelar Ryssland på svenskarnas oro". *SVT Nyheter*. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/sa-spelar-ryssland-pa-svenskarnas-oro> (05 mars 2023).

- Shehata, Adam, och Jesper Strömbäck. 2011. "A Matter of Context: A Comparative Study of Media Environments and News Consumption Gaps in Europe". *Political Communication* 28(1): 110–34.
- Snelson, Chareen L. 2016. "Qualitative and Mixed Methods Social Media Research: A Review of the Literature". *International Journal of Qualitative Methods* 15(1): 160940691562457.
- Socialdemokraterna [@socialdemokrat]. 2022. "Detta konto är inte längre aktivt. Vi finns istället på gator och torg, för samtal på arbetsplatser och i trappuppgångar när vi knackar dörr. Du hittar oss även på Facebook, Instagram och YouTube." *Twitter*. <https://twitter.com/socialdemokrat/status/1521146923733946369> (15 februari 2023).
- Statistiska centralbyrån. 2022. "Drivmedelspriserna på rekordnivåer." *Sveriges ekonomi - statistiskt perspektiv* (3).
- Susanna Silfverskiöld [@susannasilfver]. 2022. "Var sjunde kandidat på Partiet Nyans riksdagslista är dömd för brott, inklusive partiledaren själv. Partiet drivs av antisemitism, homofobi och islamism. Och nu hävdar ledaren att de utsatts för valfusk, men vägrar lämna "bevis". Vi har att göra med ett genuint obehagligt parti." *Twitter*. <https://twitter.com/susannasilfver/status/1570672223509426176> (15 februari 2023).
- Svenonius, Ola. 2021a. "Det psykologiska försvarets legitimitet i opinionen: Var går gränsen?" *Kungl Krigsvetenskapsakademiens Handlingar och Tidskrift* (4): 87–109.
- . 2021b. *Russinmask eller panik? Hanteringsstrategier i covid-19:s desinformationslandskap*. Stockholm: Totalförsvarets Forskningsinstitut. FOI-R--5186--SE. <https://foi.se/rest-api/report/FOI-R--5186--SE>.
- Sverigedemokraterna. 2022. "Sverigedemokraterna utreder omfattande sabotage mot partiets postutskick". <https://via.tt.se/pressmeddelande/sverigedemokraterna-utreder-omfattande-sabotage-mot-partiets-postutskick?publisherId=3236128&releaseId=3328794> (15 februari 2023).
- Söderin, Eigil. 2022. "Här är SD:s hemliga trollarmé – får order av Åkesson". *Dagens ETC*. <https://www.etc.se/inrikes/haer-aer-sd-s-hemliga-trollarme-faar-order-av-aakesson> (01 september 2022).
- Tobias Andersson [@SDTobbe]. 2022. "'Välkommen till återvandringståget. Du innehar en enkelbiljett. Nästa stopp, Kabul!' <https://t.co/kaTn0KOinY>". *Twitter*. <https://twitter.com/SDTobbe/status/1559508416984502272> (15 februari 2023).
- Toff, Benjamin, och Antonis Kalogeropoulos. 2020. "All the News That's Fit to Ignore How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance". *Public Opinion Quarterly* 84: 366–90.
- Vaccari, Cristian, och Augusto Valeriani. 2018. "Digital Political Talk and Political Participation: Comparing Established and Third Wave Democracies". *SAGE Open* 8(2).
- Valmyndigheten. 2019. *Erfarenheter från valen 2018*. Stockholm: Valmyndigheten. <https://www.val.se/download/18.3acea2511672bd8769229f0/1550219505460/Erfa+renheter-valen-2018.pdf> (15 februari 2023).
- Valprövningsnämnden. 2019. *Verksamhetsredogörelse för Valprövningsnämnden 2018*. Stockholm: Riksdagen. Redogörelse till riksdagen 2018/19:VPN1. <https://data.riksdagen.se/fil/80009954-575C-42AD-9D59-AE3DF8F07111> (14 februari 2023).

- . 2023. *Överklaganden till Valprovsnämnden efter valen 2022*. Stockholm: Riksdagen. <https://www.riksdagen.se/sv/sa-funkar-riksdagen/riksdagens-myndigheter-och-namnder/valprovsnamnden/overklaganden-med-anledning-av-de-allmanna-valen-2022/> (14 februari 2023).
- Winter, Rachel, och Anna Lavis. 2020. "Looking, But Not Listening? Theorizing the Practice and Ethics of Online Ethnography". *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics* 15(1–2): 55–62.
- Yang, Kai-Cheng m.fl. 2019. "Arming the public with artificial intelligence to counter social bots". *Human Behavior and Emerging Technologies* 1(1): 48–61.

Appendix 1: Forskningsdesign

1.1. Metodologiska avvägningar

Den moderna informationsmiljön ställer forskare inför svåra avvägningar som påverkar hur forskningen kan bedrivas och vilka typer av undersökningar som kan genomföras. Medan analys av informationsmiljöer traditionellt utfördes med fokus på redaktionellt material från dominerande nyhetsredaktioner (se avsnitt 2.2), blir motsvarande analys av sociala medieplattformar påtagligt bredare. Inte bara nyhetsredaktioner kan ”skapa” nyheter, utan i princip vem som helst. Det gör att den generella bilden av informationsmiljön blir mer omfattande. Därtill kommer frågor som hur de sociala medieplattformarnas användarvillkor är utformade, i vilken mån forskare ges tillgång till data, samt hur de algoritmer som styr bland annat sökfunktioner är utformade. Dessa sistnämnda faktorer blir ofta utslagsgivande för vilka tillvägagångssätt som är möjliga, givet validitetskriterier som generaliserbarhet, trovärdighet och tillförlitlighet (Blaikie 2000, 246ff). En undersökning som syftar till att ge en bred bild av informationsmiljön kan inte utan vidare begränsa sig till material som är lätt att tillgå, exempelvis nyhetsrapportering, utan behöver anta ett mer eklektiskt perspektiv där flera olika plattformar, källor och metoder används. Det ställer i sin tur forskningen inför potentiella validitetsproblem eftersom sådana tillvägagångssätt sällan till fullo lever upp till samtliga av de krav som ställs på vetenskaplig kunskapsproduktion (Newman och Benz 1998). I varje undersökning står valet mellan flera olika och var för sig icke-optimala lösningar (jmf. Gerring 2011). Hur stor förlust av antingen generaliserbarhet, trovärdighet eller tillförlitlighet är acceptabel, givet att undersökningens mål uppnås? Denna fråga har sysselsatt en mängd forskare och mer och mer avancerade metoder för inhämtning och analys tas fram kontinuerligt. Här antar vi ett pragmatiskt förhållningssätt till denna fråga och premierar en förhållandevis bred materialinsamling framför en smal, men mer lättkontrollerad, sådan.

1.2. Tillvägagångssätt

Som vi beskriver ovan byggs bilden av informationsmiljön upp genom att vi studerar den aktivitet, de händelser och i viss utsträckning de aktörer som tillsammans skapar en informationsmiljö. Kostnaden för detta förfarande är generaliserbarheten. Undersökningen kommer inte att kunna ge en komplett bild av informationsmiljön i samband med valet. De algoritmer som styr informationsflödet på exempelvis Tiktok går inte att kontrollera och trots att det konto som använts för inhämtning ”tränats” på att visa relevanta poster är det svårt för oss att uttala oss om vilka inlägg som andra användare möter i sina flöden. Inhämtningen från Twitter, Youtube, Instagram och Tiktok sker delvis manuellt, vilket påverkar hur omfattande materialet blir som kan behandlas i undersökningen.⁵⁴ Vinsten med tillvägagångssättet är att undersökningen ger en bred bild av informationsmiljön i samband med riksdagsvalet och kombinationen med ett flertal olika plattformar och källor ger bättre möjligheter till att besvara undersökningens frågeställningar än vad som annars hade varit fallet. Nedan presenteras hur undersökningen gick till.

1.3. Urval av sociala medieplattformar

Undersökningen hämtar in data från fyra sociala medieplattformar: Instagram, Tiktok, Twitter och Youtube. Valet av dessa är inte självklart. Oftast använder forskare endast en plattform och Twitter är den vanligaste plattformen i denna typ av forskning eftersom företaget tillåter fri tillgång till data för forskare (Gabarron, Oyeyemi, och Wynn 2021; Snelson 2016). Eftersom vi vill få en bred bild av informationsmiljön på sociala medier i samband med valrörelsen och eftersom det är ovanligt att forskare arbetar med flera

⁵⁴ Vi diskuterar dessa frågor ytterligare i avsnittet om validitet nedan.

plattformar samtidigt ansågs detta ha en hög potential att utgöra ett värdefullt bidrag till kunskapen om informationsmiljön i Sverige generellt och kring valrörelsen i synnerhet.

Valet av plattformar baserades på popularitet. Internetstiftelsen publicerar årligen statistik över den svenska befolkningens användning av sociala medier. Tabell 5 visar vilka sociala medieplattformar som används av olika delar av befolkningen. Som tabellen visar är Youtube den mest använda plattformen generellt sett, tätt följt av Facebook och Instagram. Emellertid använder många Facebooks meddelandefunktion, Messenger, snarare än dess bredare sociala medieplattform, vilket gör att statistiken blir lätt missvisande (Internetstiftelsen 2022). Det motiverade att välja andra plattformar. Snapchat är en plattform som baseras på låsta sociala nätverk och meddelanden som försvinner inom 24 timmar, vilket gör det svårt att använda den för vetenskaplig forskning. Youtube, Instagram och Tiktok blev således de plattformar som ansågs vara mest relevanta för sammanhanget och möjliga att studera. Fokus faller i undersökningen emellertid med detta urval på de yngre segmenten av befolkningen. För att väga upp detta och för att inkludera den plattform där mest politisk debatt sägs föras, adderades Twitter (Fernquist, Kaati, Akrami, Pelzer, m.fl. 2018).

Tabell 5. Användning de senaste 12 månaderna hos olika ålderskategorier (procentsatser).⁵⁵

	Youtube	Facebook	Instagram	Snapchat	Tiktok
20-/30-talist	26	52	27	0	0
40-talist	42	60	32	4	0
50-talist	64	68	48	7	2
60-talist	76	78	62	20	8
70-talist	84	83	68	32	10
80-talist	86	88	78	34	10
90-talist	94	93	87	67	28
00-talist	94	50	82	86	66
10-talist	88	2	20	42	42

De olika plattformarna är utformade på olika sätt och har olika fokus. För att kunna ta del av Twitter krävs ett användarkonto. Instagram går att delvis ta del av utan att vara inloggad som användare, men funktionaliteten blir något begränsad: det går endast att få en överblick av andra användares konton, men det går inte att direkt studera stories, ”reels” eller enskilda inlägg och se dess bildtext. Tiktok och Youtube är något friare i sin utformning och via webbläsaren går det att söka och ta del av innehållet utan att befinna sig i inloggat läge. I inloggat läge är dock funktionerna flera; det går att spara videos, skapa egna spellistor, gilla och kommentera inlägg samt lägga upp eget innehåll.

⁵⁵ Internetstiftelsen. 2022. *Svenskarna och internet*, diagram 7.1.3. Finns tillgänglig på <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/sociala-medier/#graph-2403> (2023-01-20).

Tabell 6. Sociala medieplattformar inkluderade i undersökningen

Medieplattform Funktion	Instagram	Twitter	Tiktok	Youtube
Konto krävs	Ja, delvis	Ja	Nej	Nej
Fokus	Bild	Text och bild	Korta videoklipp/ljud	Videoklipp
Land	USA/Meta	USA	Kina/ByteDance	USA/Google
Sortering efter datum	Ja	Ja	Nej	Nej
Repost-funktion	Nej	Ja	Ja	Nej
Gilla-funktion	Ja	Ja	Ja	Ja
Går att se antal visningar	Ja, på klipp ej på bilder	Nej	Ja	Ja

1.4. Avgränsningar i omfattning och sökord

Undersökningen fokuserar på sociala medieplattformar. Detta är givetvis en smal och begränsad del av människors verkliga informationsmiljöer. Vi hade kunnat studera valplakat, nyhetssändningar på TV, utländska mediers rapportering, svensk nyhets- och underhållningsmedia, partiernas kampanjstrategier, valrelaterade budskap per SMS eller e-post, etc.

Vi fokuserar endast på utvalda delar av de sociala medieplattformarna, nämligen de som går att avgränsa med hjälp av olika sökord. Urval av sökord är en avvägning mellan effektivitet och validitet: det går inte att inkludera allt, utan sökord måste identifieras för att träffa så nära det innehåll som en vill åt som möjligt. Urvalet av sökord föregicks av en period av intensivt sökande. Möjliga sökord som "desinformation", "bedrägeri", "påverkan" osv. övervägdes. Till detta kommer att plattformarna skiljer sig åt i hur till exempel hashtaggar används. På Twitter är detta vanligt, men det är inte samma på Instagram och Youtube. Här fick vi pröva vilka sökbegrepp som bäst visade det valrelaterade innehåll som vi var intresserade av. På Twitter valdes de hashtaggar som beskriver valet och valfusk. Det var tydligt att de gav en god, om än inte fullständig, representation av de relevanta diskussionerna. På Tiktok och Youtube blev det tydligt att "röstarrätt" var viktigare sökord och att det fanns en mer innehållsrik och levande diskussion än den som visade sig när vi sökte på "val 2022". Plattformarnas olika egenskaper gör det svårt att skapa likvärdiga sökbegrepp och säkerligen är de som använts här otillfredsställande, men utifrån de förstudier som utfördes kunde vi se att de söktermer som vi använder här ger en god bild av de lokala informationsmiljöer som de sociala medieplattformarna utgör.

1.5. Tidsram

Undersökningen studerar valrörelsen 2022 inklusive efterspelet till valet. För att kunna förstå hur informationsmiljön utvecklades efter valet är det nödvändigt att se till hela valrörelsen. Valrörelsen tolkas här som den period då samhällsaktörer bedriver kampanj för att påverka människor till att rösta på en given politisk representant eller ett parti. Vanligen genomförs tre val under valdagen – val till riksdag, regionfullmäktige och kommunfullmäktige. Valrörelsen anses vara avslutad då en ny regering har bildats. Den studerade tidsperioden sträcker sig från perioden strax före Almedalsveckan 2022 (1:a

juli) till och med regeringsförklaringen den 18:e oktober. Perioden på 110 dagar bedömes som den mest relevanta för att kunna leverera en överblick av informationsmiljön under valrörelsen 2022 och valens efterspel.

1.6. Datainsamling

Övergripande organisation

Datainsamlingen skedde genom initiala sökningar på begrepp som skulle kunna relatera till valrörelsen. På så vis bekantade sig forskargruppen med den ekologi av begrepp och nyckelord som användes under valrörelsen. Utifrån detta arbete bestämdes ett antal sökord som utgångspunkt i datainsamlingen (se tabell 7 nedan). Söktermerna användes sedan tills sökningarna och kodningen var mättad, dvs. till dess att samma innehåll började återkomma eller tills samtliga inlägg i urvalet från ett specifikt nyckelord hade kodats.

Datainsamlingen utfördes av fem forskare och analytiker vid FOI enligt en förutbestämd kodningsinstruktion.⁵⁶ Sökningarna utförde på en surfplatta och resultaten loggades i en matris på en stationär dator.⁵⁷ Eftersom varje plattform har sina unika egenskaper och olika fokus bedömdes det mest effektiva tillvägagångssätt vara att en person fokuserade på en plattform. På så sätt arbetade forskarlaget upp en vana i att koda materialet specifikt för den enskilda plattformen.⁵⁸

Att undersöka sociala medier manuellt är ett tidskrävande arbete. För att koda ett inlägg krävs att kodaren tittar på och analyserar bild, inläggstext och eventuellt användande av hashtaggar. Först därefter kan en bedömning av innehållet faktiskt göras. För att undersöka innehållet på de olika hashtaggar har därför två förfaranden använts.

Två kodningsförfaranden

Normalförfarandet innebär en detaljerad, kvalitativ kodning. Varje hashtag har studerats kronologiskt från den 1:a juli fram till och med den 18:e oktober 2022. Respektive inlägg har loggats utifrån samma kategorier som innehåll på andra plattformar. Vissa modifieringar har behövts utifrån Instagrams funktionalitet. Exempelvis är det inte relevant att tala om delningar eftersom det inte går att se huruvida ett inlägg har delats vidare på Instagram. På de inlägg som består av en bild har det varit möjligt att se datum då inlägget postats, däremot går det inte att se på korta filmsnuttar, så kallade *reels*.

Normalförfarandet innefattar att kategorisera respektive inlägg med upp till tre teman. Dessa ska spegla teman som uttrycks samlat i inlägget. Det betyder att bild, bildtext och eventuella ytterligare hashtaggar ska bedömas. Därtill tillkommer att göra en ytlig bedömning av kontot, i huvudsak utifrån huruvida kontot tillhör en privatperson, ett företag, en organisation eller annan aktör. I de fall där kontot har varit särskilt intressant, exempelvis om det har postat mycket intensivt under en specifik period eller om ett specifikt ämne, har det kontot studerats mer ingående för att etablera hur kontot har använts.

Snabbförfarandet togs fram som en alternativ metod för den mer omfångsrika hashtaggen #val2022. Snabbförfarandet möjliggjorde en snabbare kodning av större mängder av innehåll, om än mindre detaljerat. Det användes för att dokumentera specifika aspekter i samband med valrörelsen. Istället för att koda varje enskilt inlägg induktivt med beskrivning av innehåll så som i normalförfarandet, fungerade snabbförfarandet

⁵⁶ Instruktionen är tillgänglig i Appendix.

⁵⁷ Twitter är ett specialfall och vi återkommer till den automatiserade inhämtningen från Twitter nedan.

⁵⁸ Detta är en avvägning mellan reliabilitet i kodningen och kännedom om medieplattformen. Det finns alltid en risk att en enskild kodare tolkar omvärlden radikalt annorlunda än en annan person skulle ha gjort. För att skapa en hög grad av samstämmighet under datainsamlingsfasen organiserades därför ett omfattande utbyte gällande erfarenheter om söktermer, nyckelord och möjliga händelser. Detta medförde att kodningen kunde samordnas i en hög utsträckning, även om den utfördes av enskilda analytiker.

mer deduktivt. Kategorier byggdes upp efterhand men de var mycket bredare än i normalförfarandet och efter hand uppnåddes mättnad och inga ytterligare kategorier adderades. Snabbförfarandet ger en mer trubbig bedömning av innehållet eftersom kategorierna är relativt breda och kan därför innehålla inlägg som i den mer detaljerade metoden hade fallit under olika kodord. Men det har också gett möjligheten att kunna scanna av den omfångsrika val2022-hashtaggen, vilket annars inte hade varit möjligt. På Twitter genomfördes en analys av alla inlägg som använde hashtaggen "val2022" och "valet-2022" och som hade mer än 100 gilla-markeringar. Dessa två separata datamängder skiljer sig alltså från de huvudsakliga data som samlades in med normalförfarandet.

En översikt över de inkluderade datamängderna finns nedan i tabell 7.

Twitterdata

Twitter utgör ett undantag från de andra plattformarna. Projektet inom vilket undersökningen utfördes fick tillgång till hela Twitters arkiv genom företagets API.⁵⁹ För att ladda ned inlägg från Twitter krävs en anslutning till dess system via en så kallad API. För detta användes verktyget Twarc2. Innehållet från Twitter används både i aggregerad form med hjälp av funktion *counts* i Twarc2, som räknar antalet inlägg, och för den innehållsanalys som beskrivs nedan.

Twitterdata förekommer i studien i tre datamängder:

- Ett innehållande samtliga tweets i hashtagarna #val2022, #valet2022 och #röstarrätt.
- Ett innehållande samtliga tweets i hashtaggen #valfusk.
- Ett dataset som innehåller en manuell kodning enligt normalförfarandet av #valfusk.
- En förteckning över antalet likes för inlägg med mer än 100 likes i hashtagarna #val2022 och #valet2022.

Botometer

I undersökningen ställdes förfrågningar till Botometers API genom "check_accounts"-kommandot. Applikationen finns dokumenterad på Github.⁶⁰ Först framställdes en lista av relevanta kontonamn. I detta fall de mest aktiva i de olika datamängderna. Därefter sorterades de ut som inte hade en CAP på minst 0.8 (se fotnot 47 för en förklaring). Detta för att vaska fram eventuella botkonton snabbare. Resultaten sparades i en ny lista som kördes med "check_accounts" på nytt för att spara ned kontonas bot-poäng. Listan med konton kompletterades senare med kontoinformation ur twitterdatamängden. På så sätt kunde vi ta hänsyn till både CAP och botpoäng, vilket rekommenderas av teamet som förvaltar Botometer.⁶¹

Redaktionellt material

Parallellt med inhämtning av data från sociala medieplattformar skedde även inhämtning från svenska nyhetskällor som relaterade till valet med hjälp av Mediearkivet/Retriever. Dels inhämtades statistik över hur många artiklar som har publicerats; dels kodades artiklar som inhämtades genom en bred söksträng innehållande söktermerna *påverkan*, *valsysteem*, *desinformation*, *vilseledande* och *informationspåverkan*. Detta resulterade i ett kvalitativt dataset med 84 artiklar som används som bakgrundinformation i denna studie.

⁵⁹ Se Twitters s.k. *Developer Portal*: <https://developer.twitter.com/en/portal/dashboard> (sist tillgänglig 2023-01-19).

⁶⁰ Se: <https://github.com/IUNetSci/botometer-python> (2023-03-01).

⁶¹ Se USoME:s användarstöd på: <https://botometer.osome.iu.edu/faq#which-score> (2023-03-01).

Tabell 7. Översikt över dataunderlag från sociala medieplattformar.

Anteckning: Siffrorna anger antal inlägg. Totalt har 184 621 inlägg beaktats i undersökningen.

Sökord	Instagram normalförf.	Instagram snabbförf. ⁶²	Tiktok	Twitter normalförf.	Twitter snabbförf. ⁶³	Twitter via API	Youtube
val2022/ valet2022		3 217	45		572	164 510	63
Sverige Valfusk			50				
Valfusk/ valfusk2022	45		6	474		15 359	34
Almedalen/ Almedalen2022			13				
Röstarätt/ röstarätt2022	162		27				43
Påverkan⁶⁴			14				
Totalt	201	3 217	155	474	572	179 869	133

⁶² Inlägg kategoriserade per tema.⁶³ Inlägg med minst 100 gilla-markeringar.⁶⁴ Extra sökning med syfte att identifiera diskussioner om påverkan: (*påverkan val valsystem desinformation vilseledande informationspåverkan Sverige*)

1.7. Analysförfarande

Analysen sker i form av kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys. Kvantitativ innehållsanalys används på material som är för stora för att kunna analyseras manuellt. Här definieras på förhand nyckelord eller fraser och analysen består i att dokumentera frekvensen av dessa. Nyckelorden utvinns ur materialet med hjälp av kvalitativ analys av en mindre del av underlaget (Neuendorf 2002). Kvalitativ innehållsanalys är även det en etablerad metod för analys av text- och bildmängder av begränsad storlek (Elo m.fl. 2014). Den används brett inom samtliga discipliner av samhällsvetenskapen och humaniora.⁶⁵

Analysenheten är inläggen i sig och i vissa fall de teman som kodades i samband med datainsamlingen. Eftersom tre teman kunde skrivas in per inlägg blir det totala antalet teman större än antalet kodade inlägg. I framställningen i kapitel 4 framgår när inlägg respektive teman presenteras. Detta är i sig intressant eftersom vilseledande information om tidigare val främst spreds via sociala medier (Baptista och Gradim 2020; Das och Schroeder 2020; Pierri, Artoni, och Ceri 2020). Oftast används då falska konton av fiktiva personer.

Metadata från Twitter har behandlats med hjälp av Wordstat 2022 och Excel, till exempel för att analysera aktivitetsgrader i varje datamängd. Viss deskriptiv statistik presenteras också i rapporten. Vi har i denna rapport inte tagit steg mot mer analytisk statistik eftersom det inte ansågs nödvändigt utifrån rapportens syfte. Därför presenteras endast uni- eller bivariat deskriptiv statistik i rapporten.

Efter den kvalitativa datainsamlingen utfördes en tolkning av datasetet som framförallt utgår från den beskrivning och de teman som kodades i datasetet. Tolkningen är deskriptiv och bygger på information som finns i inläggen och som sedan byggs på under kodningsperioden. Sedan raffinerar kodningen av inläggen efter hand. Ansenlig tid lades också på att segmentera och analysera de stora datamängderna kvalitativt. Detta för att få en känsla för innehållet i datan. Det var exempelvis genom en sådan granskning som den falska kommunpolitiken upptäcktes.

1.8. Validitet och reliabilitet

Individuella skillnader mellan kodare

Kodningen av inläggen på plattformarna har gjorts av flera individer. Som en konsekvens har vissa olikheter uppstått i dataunderlaget. Detta är naturligt, givet just att det är flera kodare och varje kodare också har arbetat med en specifik plattform. För att adressera och delvis dämpa en för individualiserad kodning har arbetsgruppen kontinuerligt genomfört möten där sökord och bedömning av teman liksom inlägg har diskuterats. På så sätt har insamlingen delvis harmoniserats.

Kodningen har även granskats och reviderats i flera omgångar av rapportförfattarna. Det har resulterat i att individuella tolkningar i det slutgiltiga dataunderlaget, så långt som möjligt, har anpassats till ett totalperspektiv från forskargruppen. Rapportförfattarna har därutöver gjort stickprovskontroller av dataunderlaget för att säkerställa att kodningen håller tillräcklig kvalitet.

Tiktok och Instagram

Det är en på många sätt kurerad bild av informationsmiljön som framträder i materialet från Instagram och Tiktok. För att börja med den senare: En av Tiktoks egenheter är att det inte går att filtrera och sortera sökresultat utifrån det datum de har postats. Istället rangordnas de utifrån ett antal parametrar, varav en är ”mest gillade”. Det går inte att

⁶⁵ Ett liknande förfarande betecknas av Bergström och Boréus (2005) som *innehållslig idéanalys*.

med säkerhet veta om det sökresultat som visas är allomfattande och helt uttömmande, men det är det bästa som går att åstadkomma med de filtreringsfunktioner som Tiktok har. För denna studie antogs ”mest gillade” vara den indikator, av de som kunde väljas, som mest korrekt speglade vilka klipp som fått störst spridning. Datamängden från Tiktok uppgår till ca. 160 inlägg i en rad hashtaggar. Fokus lades på inlägg med fler än 2000 gilla-markeringar. Urvalet representerar en komplett kodning av det material som framkom under sökningar på ett stort antal sökord. Resultatet ger vid handen att antalet inlägg på Tiktok inte nödvändigtvis var särskilt omfattande, alternativt att Tiktoks algoritm inte visade allt material. Faktum är att forskarlaget hade problem att identifiera fler inlägg än de som redovisas i denna undersökning. Det betyder inte att de inte finns, utan endast att inläggen antingen inte hade tillräckligt många likes eller inte visades. Istället visades många inlägg som låg utanför undersökningens tidsavgränsning.

När det gäller Instagram har plattformen både funktionen att användaren kan scrolla igenom en hashtag kronologiskt eller utgå från populära inlägg. I denna studie har hashtaggar undersökts kronologiskt för att säkerställa att inget av det postade materialet har undgått kodning. Till skillnad från Tiktok bestämmer inga algoritmer vilka inlägg som visas – det är samma oavsett användare. Datamängden innefattar vidare uteslutande inlägg som användare med öppna konton aktivt har betecknat med en hashtag. Det ger en god helhetsbild över vilken information om valet som cirkulerar, men samtidigt blir det också något artificiellt så till vida att många användare inte använder hashtaggar alls på Instagram. Datan är från både Instagram och Tiktok därmed behäftad med viss osäkerhet, av olika orsaker.

1.9. Forskningsetik och personuppgifter

Det är viktigt att forskare respekterar rimliga nivåer för integritetsskydd i enlighet med GDPR och Etikprövningslagen.⁶⁶ I detta fall handlar forskningsetiken primärt om att uppgiftsminimera, det vill säga att reducera antalet uppgifter som inhämtas till ett minimum som är nödvändigt för studiens genomförande.

Två typer av data innehåller personuppgifter. Den data som inhämtas via Twitters API utförs av en lång rad parametrar, däribland användarnamn. Användarnamn förekommer också i inläggens innehåll. Det är inte möjligt att inhämta och analysera materialet utan att behandla viss personlig information. Persondata förekommer inte i framställningen av undersökningen, med undantag för välkända skribenter som antingen skapar inlägg i tjänsten, som politiska kandidater, eller samhällsdebattörer. I dessa fall hänvisas till författarna av inlägg på samma sätt som till andra källor.

Det kvalitativa förfarandet som beskrivs ovan i 9.2.2 är utformat för att i största möjliga mån undvika att registrera känsliga personuppgifter, framförallt gällande politiska åsikter. Det utvecklades 2021 vid FOI och går ut på att hålla isär scanning av sociala medieplattformar och det insamlade empiriska dataunderlaget. Rent praktiskt analyserades sociala medier på en handhållen surfplatta medan själva datainsamlingen (att logga och koda inlägg) skedde på en stationär dator. Kodningen av enskilda inlägg gjordes på ett sådant sätt att inga personuppgifter skulle registreras. Det är inte möjligt att helt utesluta kontonamn eller att skapa fullständigt anonyma data på detta vis, men ambitionen var att minimera insamlingen av känsliga personuppgifter.

Datainsamlingen följde en rad begränsningar:

- All datainsamling skedde med hjälp av för detta specifika syfte skapade konton.⁶⁷
- Endast öppna konton som relaterade till valet analyserades.

⁶⁶ Projektet etikprövades och blev godkänt av Etikprövningsmyndigheten den 20:e september 2022. (dnr. 2022-04082-01).

⁶⁷ Se Appendix för en förteckning över de konton som skapades inom ramen för projektet.

- Inlägg med minderåriga upphovspersoner uteslöts.
- Endast svenska inlägg eller sådana med tydlig koppling till Sverige analyserades.
- Användarnamn sparades som regel inte i den standardiserade datainsamlingen om det inte var nödvändigt för den vidare analysen.

Dessa regler syftar till att minimera risken för att personlig information inhämtas i onödan. Det är inte säkert att det är användarnas ”verkliga” åsikter som vi ser i dessa data, utan vad de väljer att kommunicera till allmänheten via öppna konton.

I framställningen presenteras framförallt aggregerad information. Därutöver presenteras endast i undantagsfall riktiga inlägg. Istället används så kallade mockups (kopior) och fingerade texter utformade för att likna de ursprungliga inläggen, men inte kunna hänföras till en enskild användare. På så sätt undviker vi att namnge enskilda användare.

Appendix 2: Parametrar för loggning av inlägg

Parameter	Beskrivning
LoggDatum	Datum när inlägget loggades.
Kodare	Unik identifierare för varje kodare.
PostDatum	Datum för inläggets publicering.
Plattform	Vilken plattform som inlägget publicerades på.
Sökord	Vilken sökterm som användes.
Tema#1	Inläggets tema. Upp till tre teman kunde läggas in per inlägg.
Tema#2	
Tema#3	
Vilseledande	Angivelse huruvida kodaren ansåg att inlägget baserades på falsk eller vilseledande information. Definitionen för detta var: "Vilseledande information är sådan uppgift som antingen kan visas vara direkt felaktig eller som, exempelvis om den tas ur sitt sammanhang, kan ge upphov till missuppfattning om ett sakförhållande eller dess betydelse." (Svenonius 2021a, 90)
Narrativ	Angivelse huruvida inlägget spred ett av följande narrativ: samhällspolariseringen är oöverstiglig; om det sprider missstro mot svenska myndigheter, t.ex. genom anklagelser om valfusk; om inlägget kunde anses vilja passivisera mottagaren genom att hävda att det inte spelar någon roll om människor röstar eller inte.
Valkoppling	Angivelse om inlägget överhuvudtaget var kopplat till valet. Alternativen ja/nej/oklart användes.
Re-post?	Hade användaren skickat vidare ett inlägg eller skapat ett eget?
Beskrivning	Kvalitativ beskrivning av inlägget.
Likes	Hur många gilla-markeringar som inlägget hade.
Kommentarer	Hur många som hade kommenterat inlägget.
Delningar	Hur många som hade delat ett inlägg.
ÖvrAnm	Övriga anmärkningar

Kodningsinstruktion valfusk	
Typ av resonemang kring VF:	
Nr.	Tema
1	Rösträkning valdagen, valsystemet (tex Botkyrka, men även valsystemets brister i tex rösträkning)
2	valsedlar allmänt (tex Kista, Örebro partiets saknade valsedlar)
3	Oegentligheter inför valet
4	Sossarnas/vänsterns maktfullkomlighet och hyckleri
5	Systemfel - även som insinuationer och självklarheter
6	(Sociala) medier
7	Valfusk utomlands
8	Valfusk 2018
9	dataintrång, problem
10	Går emot konspirationerna
11	Främmande makt - även WEF (World Economic Forum)
12	Humor, annat
13	Är det valfusk nu då?
14	Partikritik, ffa Nyans
15	ej rel - handlar i strikt mening inte om valfusk. Innehåller mycket politikerförakt där man bara lagt till #valfusk slentrianmässigt

Appendix 3: Konton på sociala medieplattformer

I början av projektet startades nya konton i FOIs namn på de relevanta plattformarna. Detta var dels för att det tydligt skulle framgå att det var FOI som stod bakom kontot, samt i vilket syfte, dels för att kontona inte skulle vara ”kontaminerade”, dvs. påverkade av tidigare sökningar eller studerat innehåll som på grund av algoritmer kunde ha påverkat vilket innehåll som skulle visas. Genom denna arbetsmetod kunde insamlingen starta med neutrala algoritmer och öka sannolikheten för att den delen av informationsmiljön som inte blivit snedvriden av plattformarnas algoritmer.

Följande konton användes under datainsamlingen:

Plattform	Kontonamn
Instagram	foi_infomiljo2022
Youtube	forskning.infomiljo@gmail.com
Tiktok	foi_valet2022
Twitter	FOI Infomiljö

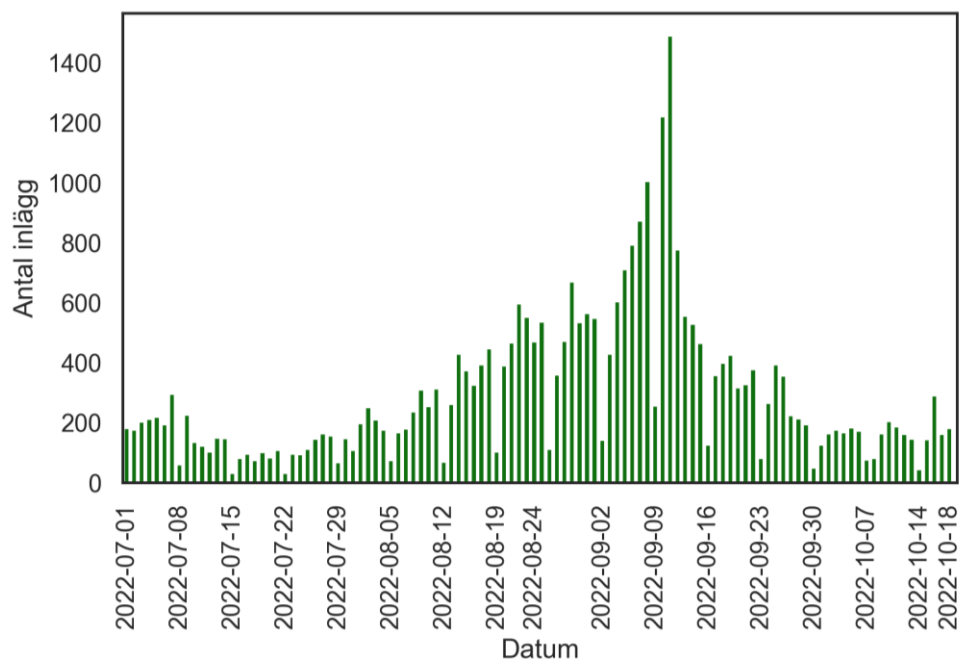
Appendix 4: Nyckelord från figur 3

Följande rensningar gjordes för att framställa figur 3 i kapitel 4.

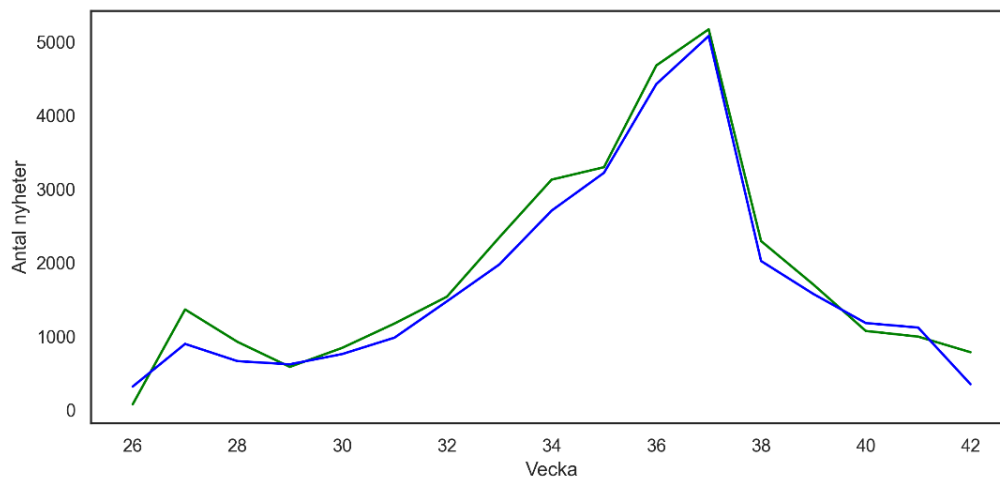
<i>Exempel</i>	Typ	Antal
<i>Röstar</i>	"Röst", "röstar"	671842
<i>Partier</i>	Partier, t.ex. "S", "Moderaterna" eller "SD" ⁶⁸	424352
<i>Småord, irrelevanta</i>	Till exempel "ny", "står" eller "tycker"	158257
<i>Politiker</i>	Omnämningar av enskilda politiker	123953
<i>Media</i>	"SVT", "Aftonbladet"	100554
<i>Sverige</i>	"Sverige"	93230
<i>"Politiken"</i>	"politik" eller "politiken"	60381
<i>Valet</i>	"val" eller "valet"	20056
<i>Svenska</i>	"svenska"	5818
<i>Swedish pm</i>	"SwedishPM" på engleska förekommer ffa. i utländsk medierapportering.	3377
<i>Regering</i>	"Regering", "regeringen"	7547
<i>Parti</i>	"Parti", "partier"	5170
<i>Politiker</i>	"Politiker"	3262
<i>Fel</i>	"fel"	2585
<i>Election</i>	"Election"	1663
<i>Fan</i>	Svärord	1625
<i>Left</i>	Engelskans "Left"	1598

⁶⁸ "Sossarna" rensades dock inte ut eftersom det ansågs vara betydelsebärande i sig eftersom det är ett sätt att titulera anhängare till Socialdemokraterna som S-anhängare själva inte använder särskilt ofta i skrift.

Appendix 5: Nyhetspubliceringar under valrörelsen



Figur 15. Statistik över antal nyheter om valet 2022



Figur 16. Jämförelse antal nyheter om valet 2018 och 2022.

Källa: Mediarkivet Retriever, 2022-07-01—2022-10-18. Sökord: "valet AND (riksdag* OR region* or kommun*)" i svenska riks- regional- och lokalmedia. Totalt 29318.

Appendix 6: Botometer-poäng

Nedan följer fem tabeller som utgöra bakgrunden till analysen i kapitel 6.

Resultatet från analysen av de 50 mest aktiva kontona i #val2022/#valet2022 som skapades under 2022.

Namn	Botometer poäng ⁶⁹	Aktivt sedan	Antal inlägg i #val2022/#valet2022	Antal inlägg totalt	Tweets/dag
1	2	juli 2022	192	20900	106
2	2.2	juni 2022	367	6200	28
3	1.9	mars 2022	85	3900	13
4	1.9	april 2022	135	15600	58
5	3.8	februari 2022	194	22000	66
6	2	maj 2022	90	3800	15
7	2.3	mars 2022	78	19100	60
8	1.8	juli 2022	87	11600	59
9	2.2	januari 2022	124	8600	23
10	2.2	januari 2022	108	9600	26
11	2.3	april 2022	294	6900	24
12	2	februari 2022	70	27600	81
13	1.8	juni 2022	190	3100	13
14	1.9	april 2022	216	11500	44
15	2	april 2022	78	5700	20
Genomsnitt	2.2		153.9	11740.0	42.4

⁶⁹ Botometer har olika sätt att redovisa botpoäng. I dessa tabeller redovisas kategorin *Universal, overall score*.

Resultatet från analysen av de 50 mest aktiva kontona i #valfusk som skapades under 2022.

Namn	Botometer poäng	Aktivt sedan	Antal inlägg totalt	Tweets/dag
1	2.1	mars 2022	76300	230
2	1.8	september 2022	28600	173
3	3.4	juli 2022	26500	124
4	1.8	augusti 2022	19500	106
5	2	juli 2022	22000	98
6	2.2	juni 2022	22400	91
7	1.9	april 2022	23100	75
8	2	april 2022	21600	74
9	2	augusti 2022	12100	73
10	1.9	april 2022	19200	66
11	1.8	februari 2022	22400	61
12	3.8	februari 2022	16000	45
13	2.3	mars 2022	12400	36
14	2	januari 2022	12100	30
15	2.2	mars 2022	9500	30
16	3.8	maj 2022	7900	28
17	2	juni 2022	6500	27
18	1.8	juli 2022	4900	24
Genomsnitt	2.3		20166.7	77.3

Resultat av analys av de 75 mest aktiva kontona inom #val2022/#valet2022.

Namn	Botometer poäng	Aktivt sedan	Antal inlägg	Inlägg totalt	Tweets/dag
1	3.1	december 2018	2507	434400	288
2	2	oktober 2021	352	98300	211
3	1.9	juli 2021	416	111300	197
4	2.4	december 2021	305	72500	184
5	3.2	januari 2016	330	472200	184
6	3.3	januari 2009	1068	881100	173
7	3.2	juli 2021	389	89900	167
8	2	december 2011	554	616000	152
9	2	juli 2011	400	582100	139
10	2.2	juni 2022	367	20900	95
11	2.8	januari 2015	271	268900	92
12	3.2	februari 2016	277	224200	89
13	1.9	juli 2022	293	15300	82
14	3.1	juli 2016	296	135900	57
15	3.2	september 2019	359	64200	53
16	2.2	november 2012	254	178000	48
17	3.4	december 2012	233	164700	45
18	2.7	april 2014	254	132700	42
19	2.8	november 2019	212	28500	25
20	3.2	januari 2019	248	35900	24
21	2.9	november 2016	237	52400	23
22	2.9	december 2020	573	16100	22
23	4.3	november 2017	208	37200	20
24	3.2	mars 2014	251	54500	17
25	2.2	januari 2011	244	23300	5
Genomsnitt	2.8		435.9	192420	97.4

Resultat av analys av de 75 mest aktiva kontona inom #valfusk.

Namn	Botometer poäng	Aktivt sedan	Antal inlägg i #valfusk	Inlägg totalt	Tweets/dag
1	3.1	december 2018	77	434400	283
2	2.0	oktober 2021	28	98300	200
3	2.8	juli 2020	38	182200	192
4	2.4	januari 2016	22	472200	182
5	2.4	december 2021	31	72500	173
6	3.2	januari 2009	31	881100	172
7	2.2	december 2011	34	616000	151
8	2.0	juli 2022	19	22000	98
9	3.0	januari 2015	18	270700	92
10	3.4	februari 2016	53	224200	88
11	2.2	juni 2022	20	20900	85
12	2.2	december 2014	18	243100	81
13	2.2	april 2022	27	23100	75
14	2.0	augusti 2012	24	283500	74
15	2.2	april 2022	18	21600	74
16	2	april 2022	17	19200	66
17	3.4	november 2017	17	123500	64
18	2.0	februari 2022	20	22400	61
19	3.1	september 2019	21	64200	52
20	2.4	november 2012	17	178000	48
21	2.7	april 2014	21	132700	41
22	2.9	oktober 2021	29	18900	39
23	2.7	februari 2009	28	190300	37
24	2.9	juni 2020	20	35800	37
25	2.0	juni 2022	45	6500	27
26	2.8	november 2019	20	28500	24
27	2.9	december 2020	22	16100	21
28	3.2	mars 2014	21	57600	18
29	4.6	januari 2014	43	49200	15
30	2.0	augusti 2013	18	35000	10
31	2.2	januari 2011	17	23300	5
Genomsnitt	2.6		26.9	157000.0	83.4

Nedanstående tabell är en referens med ett urval av mindre produktiva konton ur #val2022/#valet2022-datamängden. CAP står för hur många fall som klassificeras som "människa" givet en viss bot-poäng. För fall "I" gäller alltså att för bot-poängen 3.6 klassas 81 % av samtliga fall som maskin och inte människa.

#	CAP	Botometer-poäng	Aktivt sedan	Antal inlägg	Tweets/dag
1	77%	1.3	juni 2022	4744	22.4
2	80%	2	april 2022	2465	9.3
3	80%	1.8	augusti 2022	177	1.1
4	71%	1	januari 2022	1083	2.9
5	71%	1	juni 2022	251	1.2
6	75%	1.2	februari 2022	1103	3.2
7	80%	1.8	april 2022	1745	6.5
8	62%	0.8	april 2022	1293	4.8
9	81%	3.6	april 2022	2565	9.5
10	79%	1.5	juli 2022	1298	6.6
11	78%	1.4	januari 2022	617	1.7
12	81%	3.3	september 2022	240	1.7
13	80%	1.7	juli 2022	756	3.8
14	74%	1.2	februari 2022	636	1.9
15	55%	0.6	mars 2022	3980	12.6
16	81%	2.9	augusti 2022	20	0.1
17	79%	1.6	april 2022	1187	4.1
18	69%	1	juni 2022	74	0.3
19	81%	3.8	april 2022	14	0.0
20	81%	3.4	augusti 2022	341	2.3
21	57%	0.6	januari 2022	141	0.4
22	76%	1.2	maj 2022	4709	18.5
23	81%	3.1	april 2022	27198	103.0
24	71%	1	juli 2022	556	2.9
25	49%	0.5	mars 2022	485	1.6
26	79%	1.6	augusti 2022	878	5.6
Genomsnitt	74%	1.73		2252.2	8.8

Allmänna val har under de senaste åren blivit måltavla för politiskt motiverad informationspåverkan i ett flertal länder i Europa och Nordamerika, ofta via falska eller vilseledande budskap på sociala medier. I flera fall har valsystemets integritet i fråga om brister i röstningsförfaranden ifrågasätts, samtidigt som räkningen av valsedlar och förvaltningens opartiskhet kritiserats. Stormningen av Kapitolium i Washington D.C. den 6:e januari 2021 byggde till exempel på den då sittande presidentens intensiva påverkanskampanj mot sitt eget lands valsystem – än idag fortsätter rykten om valfusk och ett stulet val att spridas i USA.

Inför det svenska riksdagsvalet 2022 fanns farhågor att diskussioner om valfusk skulle kunna resultera i en svensk version av den amerikanska "stop the steal"-kampanjen. Så blev inte fallet. Men hur såg informationsmiljön på sociala medier ut under valrörelsen? Fanns det tecken på omfattande diskussioner, vilseledning eller mer organiserad informationspåverkan som skulle kunna ha banat väg till en svensk "stop the steal"?

Rapporten presenterar resultaten från en undersökning av den svenska informationsmiljön på sociala medier i samband med valrörelsen 2022. Studien fokuserar på fyra sociala medieplattformar: Instagram, Tiktok, Twitter och Youtube. Dataunderlaget inhämtades både automatiserat och manuellt och kartlägger omfattning och tidsmässig utbredning för diskussioner om och kring de svenska valen. Resultaten visar att det förekom diskussioner om valfusk som skulle kunna ha lagt grunden för en kampanj, men i efterhand kan vi konstatera att så inte blev fallet. Till grund för denna diskussion låg idéer om en maktfullkomlig och konspiratoriskt sinnad socialdemokrati i Sverige. Undersökningen visar att den svenska valfuskdebatten huvudsakligen drevs på av ett fåtal inflytelserika konton på Twitter och av vissa alternativmedier.

Utöver detta visar undersökningen på förekomst av misstänkt icke-autentisk aktivitet på sociala medier, i huvudsak till stöd för de dåvarande oppositionspartierna. Omfattningen var dock inte större än vad som annars kan anses vara normalt på Twitter. Utöver detta ges i rapportens slutkapitel förslag på framtida studier om informationsmiljöns utveckling över tid.