

**Appendiks til rapporten: Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder
og deres syn på fake news og disinformation**

Lorenzen, Mia Stenbro; de Vreese, Claes Holger; Dalen, Arjen van

DOI:
10.21996/p9yb-9v28

Publication date:
2023

Document version:
Forlagets udgivne version

Citation for published version (APA):
Lorenzen, M. S., de Vreese, C. H., & Dalen, A. V. (2023). *Appendiks til rapporten: Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder: og deres syn på fake news og disinformation*. Syddansk Universitet.
<https://doi.org/10.21996/p9yb-9v28>

Go to publication entry in University of Southern Denmark's Research Portal

Terms of use

This work is brought to you by the University of Southern Denmark.
Unless otherwise specified it has been shared according to the terms for self-archiving.
If no other license is stated, these terms apply:

- You may download this work for personal use only.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying this open access version

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details and we will investigate your claim.
Please direct all enquiries to puresupport@bib.sdu.dk

Digital Democracy Centre
Det Samfundsvidenskabelige Fakultet
Syddansk Universitet

sdu.dk/DDC

Appendiks til rapporten

Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder

og deres syn på fake news og disinformation

Af Mia Stenbro Lorenzen

Forfattere

Mia Stenbro Lorenzen
Videnskabelig assistent, Digital Democracy Centre, SDU
miast@sam.sdu.dk

Claes de Vreese
Professor, Centerleder ved Digital Democracy Centre, SDU
c.h.devreese@uva.nl

Arjen van Dalen
Professor MSO, Center for Journalistik, SDU
avd@sam.sdu.dk

Om DDC

Digital Democracy Centre (DDC) er et forskningscenter ved Syddansk Universitet, som beskæftiger sig med, hvordan digitalisering, algoritmer og AI påvirker centrale aktører i den demokratiske proces. Centeret er tværdisciplinært og kombinerer forskningsområder såsom datalogi, jura, statskundskab, økonomi og journalistik.

DDC-rapporter

Rapport 01: ['Danskernes digitale forståelse, digitale kompetencer og digitale forståelse – og deres tillid til algoritmer'](#)

Rapport 02: ['Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder – og deres syn på fake news og disinformation'](#)

Indhold

Indhold.....	3
Tabel- og figuroversigt.....	4
1.0 Metode	5
1.1 Analysemetoder	5
1.2 Indekskonstruktion.....	5
2.0 Figurer og tabeller	8
2.1 Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder	8
2.2 Danskernes brug af de forskellige sociale medier som nyhedskilder	13
2.3 Fake news og disinformation.....	16
3.0 Spørgeskemaet.....	18

Tabel- og figuroversigt

Tabel 1: Variable der indgår i indeks over digital forståelse	6
Tabel 2: Variable der indgår i indeks over digitale kompetencer.....	7
Tabel 3: Variable der indgår i indeks over digital adfærd	7
Figur 1: Andelen af mænd og kvinder, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt.....	8
Figur 2: Andele af folk fra de forskellige generationer, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt.....	9
Figur 3: Andele af folk med de forskellige uddannelsesniveauer, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt	10
Figur 4: Sammenhæng mellem uddannelsesniveau og brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt	11
Tabel 4: Brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt fordelt på køn.....	11
Tabel 5: Brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt fordelt på generation	12
Tabel 6: Sammenhæng mellem køn brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt	12
Tabel 7: Sammenhæng mellem generation og brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt.....	12
Figur 5: Andelen af mænd og kvinder, der benytter de følgende SoMe-platorme som nyhedskilder flere gange ugentligt	13
Figur 6: Andelen af folk fra de forskellige generationer, der benytter de følgende SoMe-platorme som nyhedskilder flere gange ugentligt	14
Figur 7: Andelen af folk med de forskellige uddannelsesniveauer, der benytter de følgende SoMe-platorme som nyhedskilder flere gange ugentligt	15
Tabel 8: Sammenhæng mellem køn og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati.....	16
Tabel 9: Sammenhæng mellem generation og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati.....	16
Tabel 10: Sammenhæng mellem uddannelsesniveau og enighed i, at fake news og disinformation er udgør en udfordring for det danske demokrati.....	16
Tabel 11: Sammenhæng mellem digital forståelse og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati.....	16
Tabel 12: Sammenhæng mellem ugentlig brug af de sociale medier som nyhedskilder og enighed i, at fake news og disinformation udgør en trussel for demokratiet	17
Tabel 13: Spørgsmål der ligger til grund for rapporten.....	18

1.0 Metode

1.1 Analysemetoder

I rapporten benyttes der i flere tilfælde Chi²-test til at undersøge sammenhænge mellem flere af rapportens nominalskalerede variable. Gennem Chi²-test kan det undersøges, om de inddragne variable er uafhængige af hinanden, eller om der er signifikante sammenhænge mellem disse.

Endeligt gøres der i nogle tilfælde brug af Goodman & Kruskals gamma-koefficient til at undersøge sammenhængen mellem to ordinalskalerede variable og fastslå graden af korrelation mellem disse. Her er det værd at bemærke, at negative værdier er udtryk for negative sammenhænge, mens positive værdier er udtryk for positive sammenhænge, hvor en stigning af den ene variabel også vil være associeret med en stigning af den anden. Jo tættere gamma-koefficienten er på ± 1 , jo stærkere er sammenhængen mellem variablene. Det er gennemgående, at der i rapporten arbejdes ud fra et signifikansniveau på 5%, hvorfor p-værdier under 0,05 opfattes som udtryk for signifikante sammenhænge.

1.2 Indekskonstruktion

I rapporten benyttes sammensatte mål til at indfange respondenternes digitale forståelse, digitale kompetencer samt deres digitale adfærd. Det skyldes, at man ved brug af sammensatte mål med større overbevisning kan indfange respondenternes faktiske forhold, idet de risici for målefejl og bias, der knytter sig til brugen af enkeltstående, selvrapporterede mål, minimeres, hvorved analysernes reliabilitet og validitet øges. Tanken er, at en række tilsyneladende overfladiske surveysspørgsmål tilsammen kan udgøre indeks, hvorigennem de væsentligste aspekter af de koncepter, der ønskes indfanget, måles.

Der benyttes i rapporten både *formative* og *refleksive* indeks. Mens formative indeks er indeks, der er funderet i et *fælles udfald*, så er refleksive indeks til forskel herfra funderet i et *fælles bagvedliggende fænomen*. Derfor er det ved formative indeks intet krav, at variablene korrelerer, mens det ved refleksive indeks er et krav, at der er en høj grad af intern korrelation – det vil sige, at respondenter, der scorer højt på én af de inddragne variable, også scorer højt på de øvrige variable, der inddrages.

Forud for konstruktionen af rapportens indeks er eventuelle 'ved ikke'-svar udeladt. Indeksene konstrueres ved at sammenlægge respondenternes svar ved de forskellige spørgsmål og dividere disse med antallet af spørgsmål, respondenteren har svaret på. Det er ved indekskonstruktion således et krav, at de variable, der indgår, er skaleret ens, hvorfor enkelte variable er rekodet således, at variationsbredden for alle spørgsmål i de pågældende indeks er ens. Alle indeksene er konstrueret således, at de er itemspecifikke, hvilket vil sige, at alle respondenter, der har svaret på mindst ét af indeksets spørgsmål, indgår.

Rapportens indeks er kvalitetstjekket gennem Cronbachs Alpha, som er et korrelationsmål for variablenes interne konsistens. Her opfattes korrelationskoefficienter over 0,7 som udtryk for tilstrækkeligt korrelerede sammenhænge til, at det kan forsvares at sammenlægge disse i refleksive indeks. Yderligere er kvaliteten af de refleksive indeks testet gennem *faktoranalyse*, hvorved det sikres, at der ikke findes mere end én underliggende dimension eller faktor bag de variable, der inddrages i det pågældende indeks. Kvaliteten af faktorerne ses ved deres egenværdier. I rapporten benyttes 'Kaiser-kriteriet', hvorfor faktorer med egenværdier over 1 anskues som væsentlige.

Appendiks til rapporten 'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

For at kunne måle konceptet 'digital forståelse' benyttes et formativt indeks baseret på en række vidensspørgsmål, hvorigennem omfanget af respondenternes digitale forståelse testes. Disse spørgsmål knytter sig til viden om bl.a. phishing, algoritmer, cookies og kryptering. Den fulde liste over spørgsmål, der indgår, ses ved Tabel 1. Forud for konstruktionen af indekset er spørgsmål S24 rekodet til en binær sandt/falsk variabel.

Inden konstruktionen af indekset er variabelenes indbyrdes korrelation testet gennem Cronbach's Alpha. Korrelationskoefficienten er 0,32. Den relativt lave grad af korrelation ansues dog ikke som noget problem, idet hensigten med indekset ikke er at afdække bagvedliggende dimensioner af konceptet 'digital forståelse', men snarere at konstruere et *formativt* indeks og give respondenterne en score for, hvor digitalt forstående de er.

Indekset måler respondenternes digitale forståelse på en skala fra 0 – 1. Jo højere værdi, jo flere korrekte svar har respondenterne haft ved de inkluderede vidensspørgsmål, og jo bedre digital forståelse har respondenterne dermed. Den gennemsnitlige score er 0,73 (SD = 0,20).

Tabel 1: Variable der indgår i indeks over digital forståelse

S12: Efter din mening, er følgende udsagn sande eller falske? (Sandt, Falsk)

S12_1: Phishing er et udtryk for, at man laver en bred søgning på internettet og "fisker" efter den information man gerne vil finde

S12_2: Hvis jeg søger på efter noget på Google, så afhænger mine resultater af min lokation

S12_3: Når Netflix anbefaler mig film eller serier, er det helt tilfældigt, hvad de anbefaler til mig

S12_4: Cookies sporer min færden på nettet, og bruges til at sende målrettede reklamer til mig

S12_5: Hvis jeg ved et uheld har åbnet en mail med virus, skal jeg slukke computeren med det samme for at virus ikke spreder sig

S24: Hvis der vises en hængelås i adressefeltet i din browser, betyder det... (seks svarkategorier)

1. At siden ikke benytter cookies
 2. At forbindelsen til siden er krypteret og dermed mere sikker
 3. At det ikke bliver registreret, at du besøger siden
 4. At siden har glemt dit kodeord
 5. Jeg har aldrig lagt mærke til hængelås i adressefeltet
 6. Ved ikke
-

'Digitale kompetencer' måles gennem et *refleksivt* indeks bestående af et spørgebatteri med ni spørgsmål. Spørgsmålene knytter sig til respondenternes selvvaluerede evne til at bruge forskellige digitale løsninger. Dette indebærer blandt andet deres evner til at benytte avancerede søgefunktioner, forhindre brug af cookies, ændre filtyper m.v. Den fulde liste over spørgsmålene i indekset ses ved Tabel 2. Forud for konstruktionen af indekset er alle 'ved ikke'-svar sat til at være missing.

Variabelenes indbyrdes korrelation er testet gennem Cronbach's Alpha. Korrelationskoefficienten er 0,84. Yderligere er variablerne testet gennem en faktoranalyse, der som ønsket viser, at der blot er én faktor med egenverdi over 1.

Indekset måler respondenternes digitale kompetencer på en skala fra 1 – 7. Jo højere værdi, jo stærkere selvvaluerede digitale kompetencer har respondenterne. Den gennemsnitlige score er 5,0 (SD = 1,19).

Tabel 2: Variable der indgår i indeks over digitale kompetencer

S20: Hvor enig eller uenig er du med følgende udsagn? (7 pkts.skala fra 'Helt uenig' til 'Helt enig' + 'ved ikke')

-
- S20_1: Hvis nødvendigt ved jeg, hvordan jeg bruger avancerede søgefunktioner (fx operatører i Google-søgning som ", *, -, osv.) for at finde relevant information på internettet
 - S20_2: Når jeg bruger kommunikationsplatforme som Zoom eller Skype, så ved jeg, hvordan man deler filer, deler skærm, viser præsentationer osv.
 - S20_3: Jeg bruger online løsninger som netbank, sundhed.dk, digital post, mv.
 - S20_4: Jeg ved, hvordan man ændrer indstillinger på min computer eller telefon, så jeg fx kan gøre skriften større, indstille lydniveau og lysstyrke.
 - S20_5: Jeg ved, hvordan man ændrer indstillinger i min browser for at forhindre eller begrænse brugen af cookies.
 - S20_6: Jeg ved, hvordan man samler flere PDF'er i ét dokument, ændrer filtype osv.
 - S20_7: Jeg kan generelt selv løse de problemer, jeg støder på, når jeg benytter digitale løsninger
 - S20_8: Hvis jeg blev bedt om at lave en simpel hjemmeside, ville jeg godt kunne lave en.
 - S20_9: Jeg ved, hvordan man downloader filer fra internettet.
-

Det sidste indeks, der indgår i rapporten, er et refleksivt indeks til måling af respondenternes 'digitale adfærd'. Her indgår et spørgebatteri med fem spørgsmål, som omhandler hvor ofte de f.eks. læser persondatapolitik, genbruger kodeord eller begrænser lokationstjenester. Spørgsmålsformuleringerne fremgår af Tabel 3. Indekset måler respondenternes digitale sikkerhedsadfærd på en skala fra 1 – 4. Jo højere værdi, jo mere sikker en digital adfærd har respondenterne. Gennemsnitsscoren er 2,54 (SD=0,57). En faktoranalyse viser, at variablene som ønsket blot danner én faktor med egenværdi over 1. Yderligere er variablenes interne korrelation testet, og her viser Cronbachs Alpha en testværdi på 0,76, hvorfor de inddragne variable ansues som tilstrækkeligt korrelerede.

Tabel 3: Variable der indgår i indeks over digital adfærd

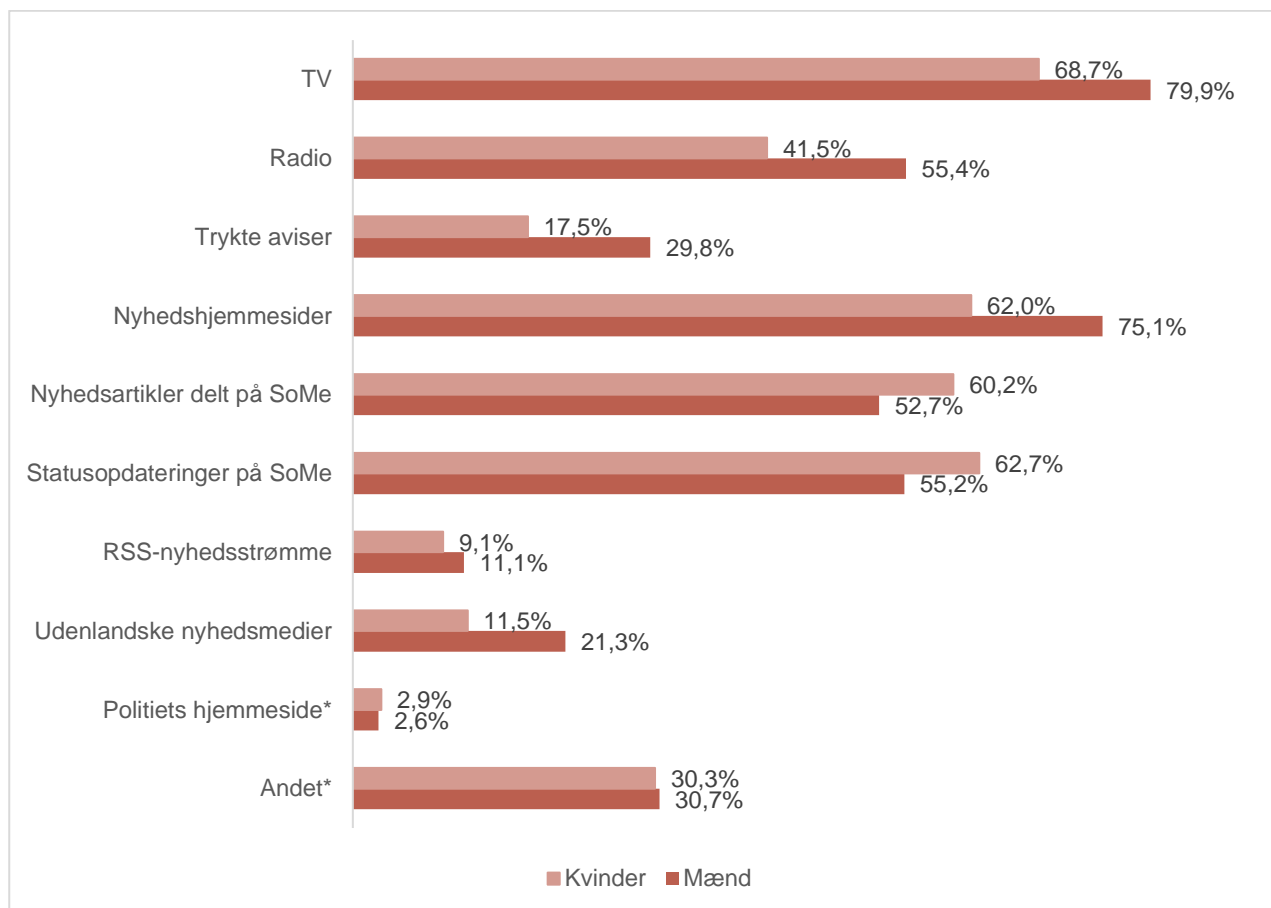
S19: Hvor ofte gør du noget af følgende for at beskytte dine personlige data? (Altid, ofte, sjældent, aldrig)

-
- S19_1: Læser persondatapolitik inden indtastning af personlig data
 - S19_2: Begrænser eller nægter adgang til min lokation fx at så lokationstjenester fra
 - S19_3: Begrænser adgangen til min profil eller indhold på sociale medier eller delte cloud tjenester fx Google Drive
 - S19_4: Nægter adgang til personlig data til reklameformål
 - S19_5: Tjekker at hjemmesiden eller app'en jeg har indtastet personlige oplysninger er sikker fx https, sikkerhedslogo eller certifikat
 - S19_5: Beder hjemmesiden, søgemaskinen eller onlinebutikken administrator om at opdatere eller slette data om mig
-

2.0 Figurer og tabeller

2.1 Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder

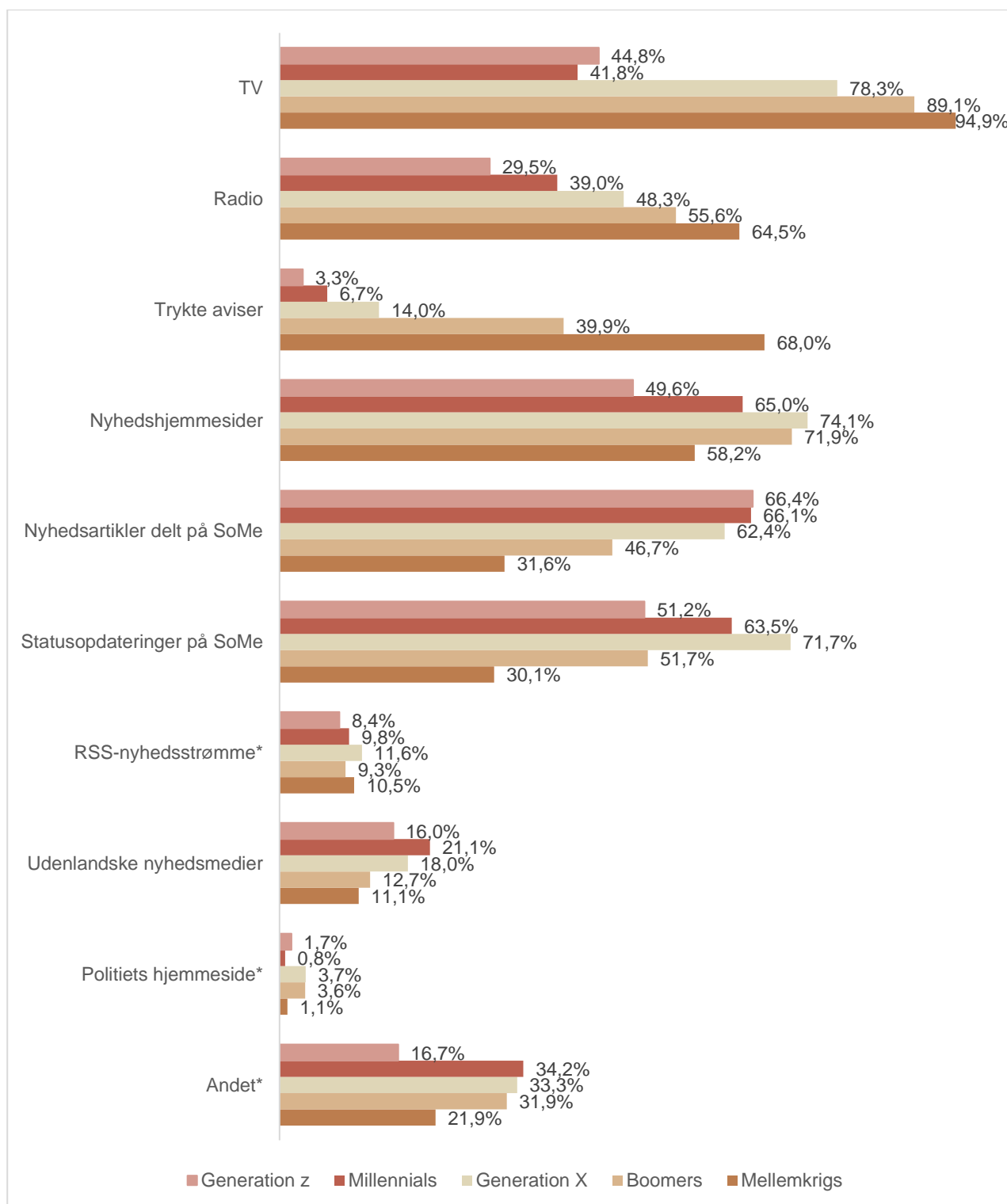
Figur 1: Andelen af mænd og kvinder, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt¹



¹ Stjernerne markerer de steder, hvor der ikke er signifikante sammenhænge.

Appendiks til rapporten
 'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

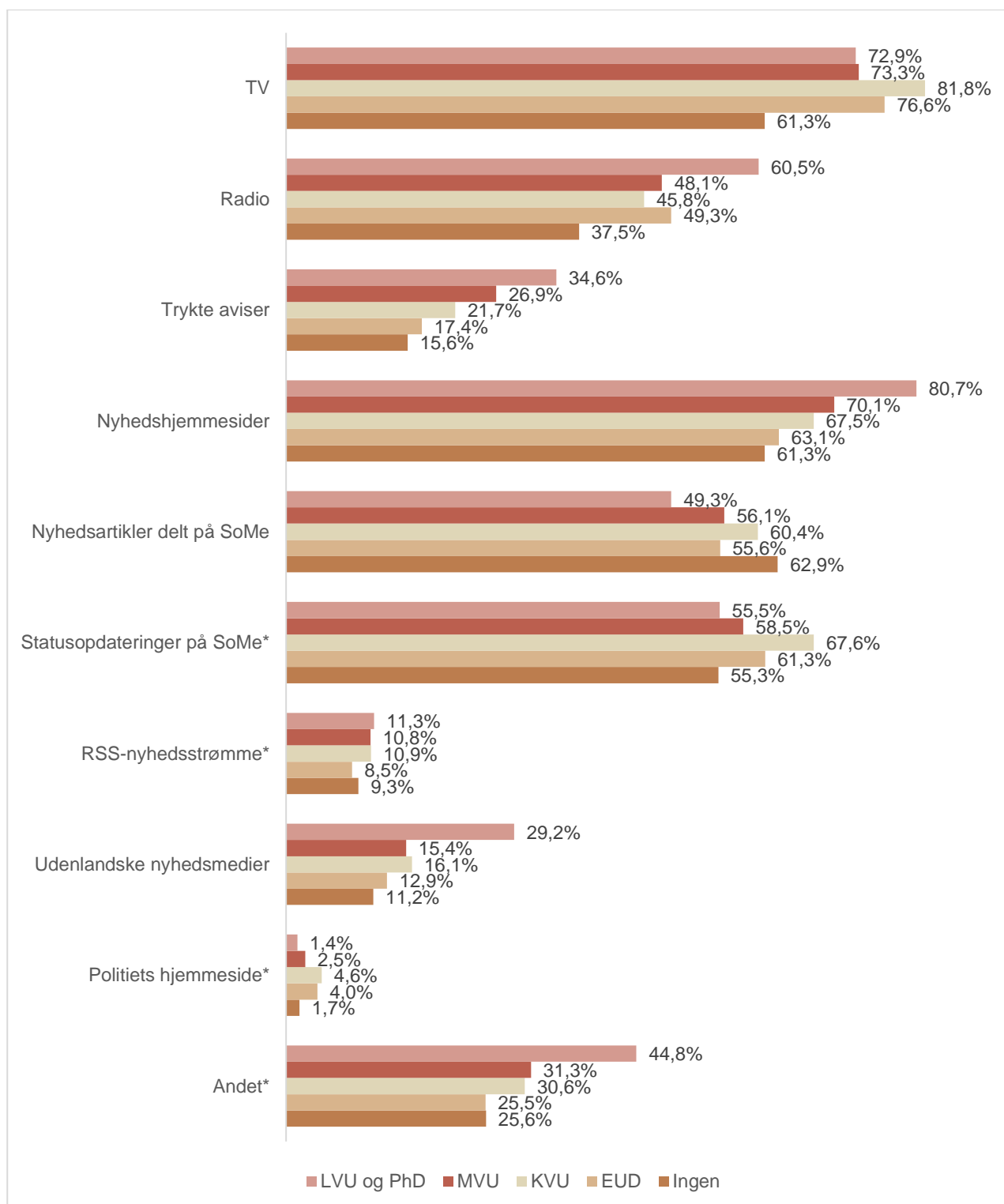
Figur 2: Andele af folk fra de forskellige generationer, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt²



² Stjerne markerer de steder, hvor der ikke er signifikante sammenhænge.

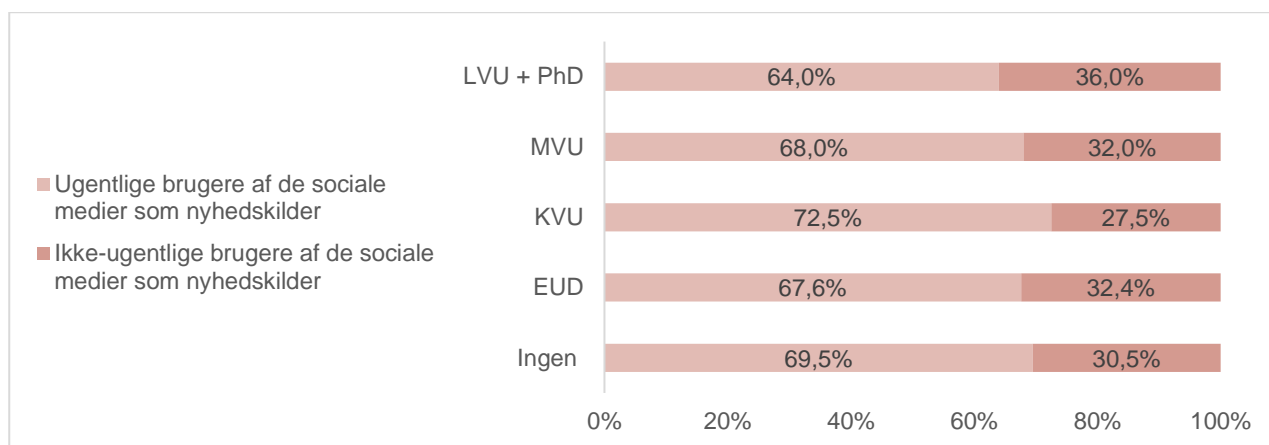
Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

Figur 3: Andele af folk med de forskellige uddannelsesniveauer, som benytter de forskellige medier som nyhedskilder flere gange ugentligt³



³ Stjerne markerer de steder, hvor der ikke er signifikante sammenhænge.

Figur 4: Sammenhæng mellem uddannelsesniveau og brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt⁴



Tabel 4: Brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt fordelt på køn⁵

	Mænd	Kvinder	Total
SoMe¹	13,2 %	86,8 %	100 %
SoMe + øvrige ugentlige nyhedskilder²	46,3 %	53,7 %	100 %
Ikke-ugentlige brugere af SoMe³	54,6 %	45,4 %	100 %

Note: N = 1.336. P = 0,000.

¹ = Sociale medier som den eneste ugentlige nyhedskilde,

² = Sociale medier som ugentlig nyhedskilde, kombineret med øvrige ugentlige nyhedskilder,

³ = Ikke-ugentlige brugere af de sociale medier som nyhedskilder.

⁴ P = 0,505

⁵ P = 0,505

Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

Tabel 5: Brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt fordelt på generation

	Mellemkrigs	Boomers	Generation X	Millennials	Generation Z	Total
SoMe¹	0,0 %	11,3 %	17,0 %	43,4 %	28,3 %	100 %
SoMe + øvrige ugentlige nyhedskilder²	4,21 %	27,7 %	39,1 %	20,3 %	8,6 %	100 %
Ikke-ugentlige brugere af SoMe³	14,5 %	37,9 %	24,3 %	14,3 %	9,1 %	100 %

Note: N = 1.337. P = 0,000.

¹ = Sociale medier som den eneste ugentlige nyhedskilde,

² = Sociale medier som ugentlig nyhedskilde, kombineret med øvrige ugentlige nyhedskilder,

³ = Ikke-ugentlige brugere af de sociale medier som nyhedskilder.

Tabel 6: Sammenhæng mellem køn brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt

	SoMe ¹	SoMe + øvrige ugentlige nyhedskilder ²	Ikke-ugentlige brugere af SoMe ³	Total
Mænd	1,1 %	62,3 %	36,6 %	100 %
Kvinder	6,6 %	65,7 %	27,7 %	100 %

Note: N = 1.336. P = 0,000.

¹ = Sociale medier som den eneste ugentlige nyhedskilde,

² = Sociale medier som ugentlig nyhedskilde, kombineret med øvrige ugentlige nyhedskilder,

³ = Ikke-ugentlige brugere af de sociale medier som nyhedskilder.

Tabel 7: Sammenhæng mellem generation og brug af de sociale medier som nyhedskilder flere gange ugentligt

	SoMe ¹	SoMe + øvrige ugentlige nyhedskilder ²	Ikke-ugentlige brugere af SoMe ³	Total
Mellemkrigs	0,0 %	36,7 %	63,3 %	100 %
Boomers	1,5 %	58,5 %	40,0 %	100 %
Generation X	2,0 %	74,8 %	23,2 %	100 %
Millennials	8,9 %	67,4 %	23,6 %	100 %
Generation Z	11,7 %	57,8 %	30,5 %	100 %

Note: N = 1.337. P = 0,000.

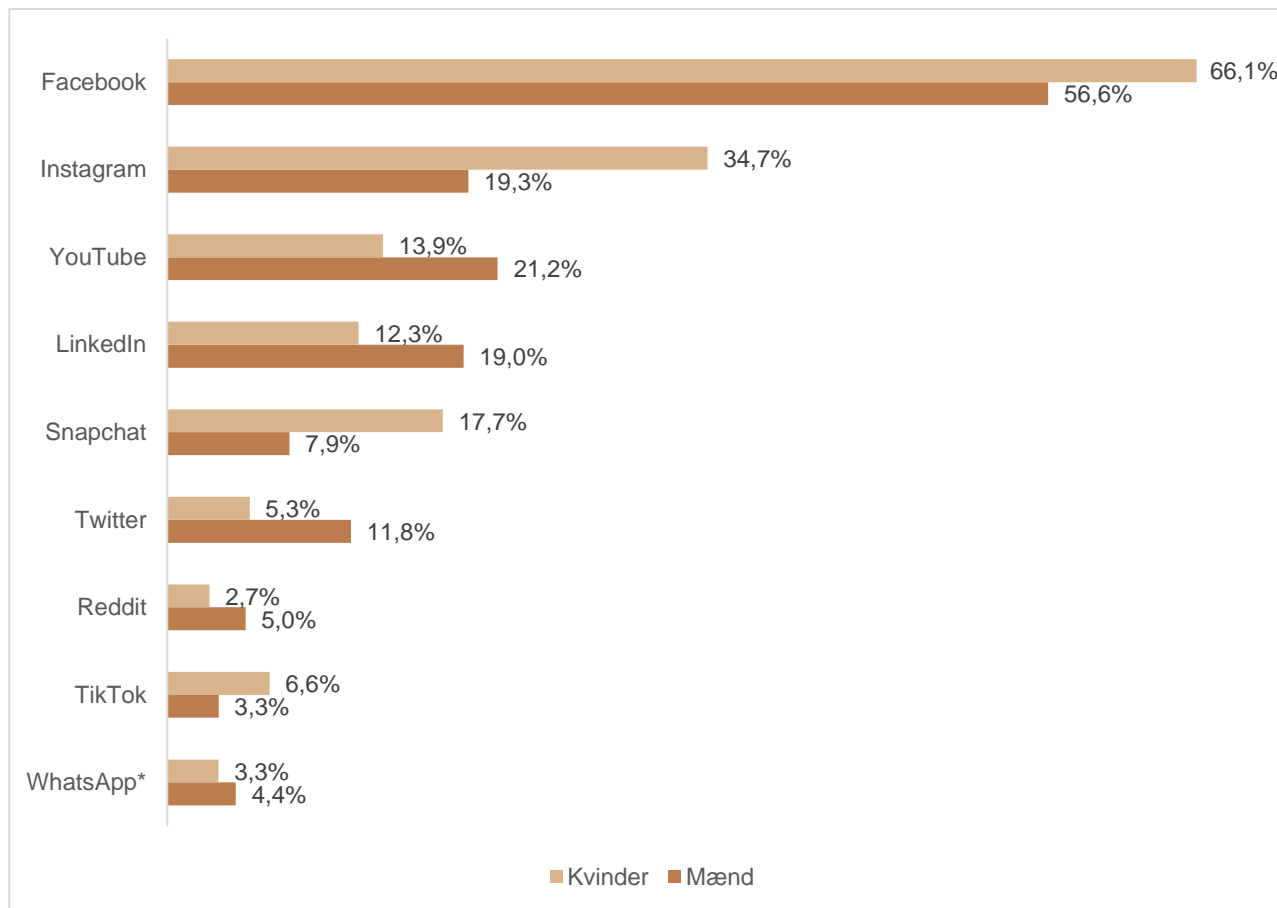
¹ = Sociale medier som den eneste ugentlige nyhedskilde,

² = Sociale medier som ugentlig nyhedskilde, kombineret med øvrige ugentlige nyhedskilder,

³ = Ikke-ugentlige brugere af de sociale medier som nyhedskilder.

2.2 Danskernes brug af de forskellige sociale medier som nyhedskilder

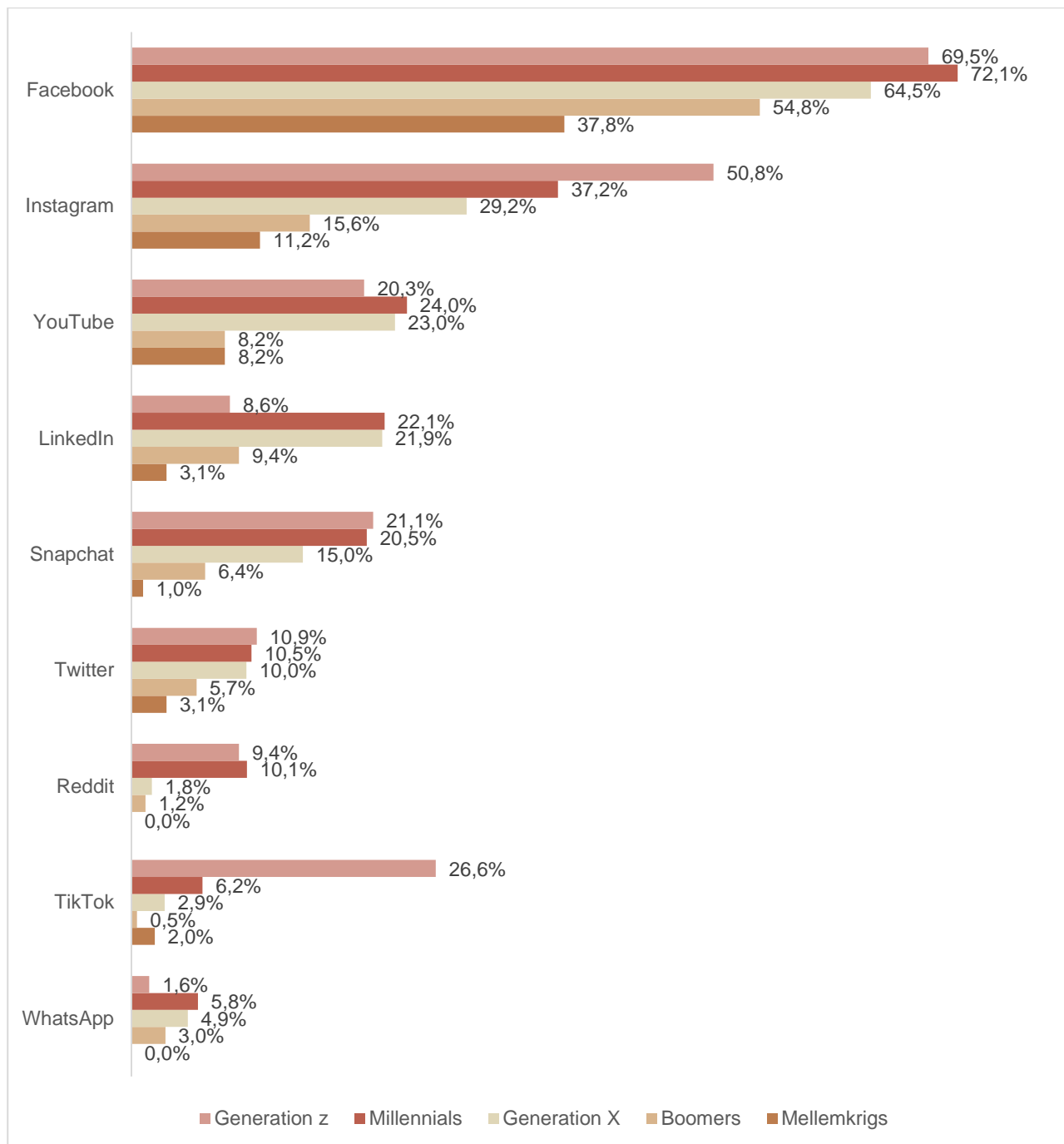
Figur 5: Andelen af mænd og kvinder, der benytter de følgende SoMe-platforme som nyhedskilder flere gange ugentligt⁶



⁶ Stjerne markerer de steder, hvor der ikke er signifikante sammenhænge.

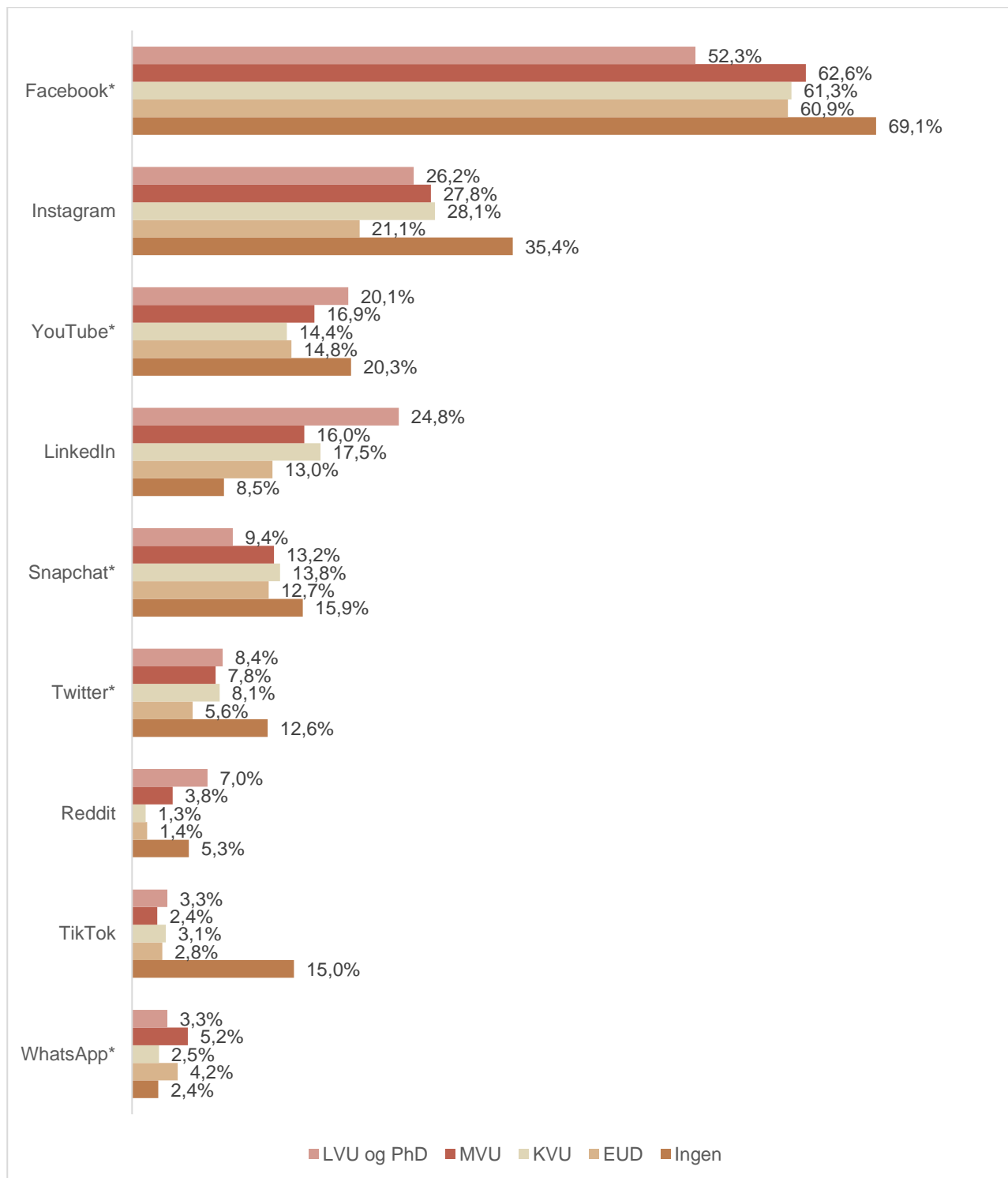
Appendiks til rapporten
 'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

Figur 6: Andelen af folk fra de forskellige generationer, der benytter de følgende SoMe-platforme som nyhedskilder flere gange ugentligt



Appendiks til rapporten
 'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

Figur 7: Andelen af folk med de forskellige uddannelsesniveauer, der benytter de følgende SoMe-platforme som nyhedskilder flere gange ugentligt⁷



⁷ Stjerneerne markerer de steder, hvor der ikke er signifikante sammenhænge.

2.3 Fake news og disinformation

Tabel 8: Sammenhæng mellem køn og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati

	Helt eller delvist uenig	Hverken eller	Helt eller delvist enig	Total
Mand	3,0%	34,0%	63,0%	100%
Kvinde	4,1%	39,1%	56,8%	100%

Note: N = 1.233. P = 0,072.

Tabel 9: Sammenhæng mellem generation og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati

	Helt eller delvist uenig	Hverken eller	Helt eller delvist enig	Total
Mellemkrigs	2,2%	28,6%	69,2%	100%
Boomers	3,7%	32,1%	64,2%	100%
Generation X	4,0%	41,3%	54,7%	100%
Millennials	2,5%	35,5%	62,0%	100%
Generation Z	5,1%	42,7%	52,1%	100%

Note: N = 1.234. P = 0,051.

Tabel 10: Sammenhæng mellem uddannelsesniveau og enighed i, at fake news og disinformation er udgør en udfordring for det danske demokrati

	Helt eller delvist uenig	Hverken eller	Helt eller delvist enig	Total
Ingen	4,2%	35,9%	59,9%	100%
EUD	2,7%	38,4%	58,9%	100%
KVU	2,7%	43,9%	53,4%	100%
MVU	4,3%	34,5%	61,2%	100%
LVU + Ph.D.	3,4%	34,0%	62,7%	100%

Note: N = 1.229. P = 0,604.

Tabel 11: Sammenhæng mellem digital forståelse og enighed i, at fake news og disinformation udgør en udfordring for det danske demokrati

	Helt eller delvist uenig	Hverken eller	Helt eller delvist enig	Total
Lille forståelse	4,1%	38,0%	57,8%	100%
Mellem forståelse	3,6%	36,2%	60,2%	100%
Stor forståelse	2,3%	33,7%	64,0%	100%

Note: N = 1.234. P = 0,437. Gamma: 0,0826.

Tabel 12: Sammenhæng mellem ugentlig brug af de sociale medier som nyhedskilder og enighed i, at fake news og disinformation udgør en trussel for demokratiet

	Helt eller delvist uenig	Hverken eller	Helt eller delvist enig	Total
Bruger SoMe som nyhedskilder	2,9%	35,8%	61,4%	100 %
Bruger ikke SoMe som nyhedskilder	3,9%	36,9%	59,2%	100 %

Note: N = 1.234. P = 0,571.

3.0 Spørgeskemaet

Spørgeskemaet, der ligger til grund for rapporten, er udarbejdet som en del af projektet 'Citizens, Digitalisation and AI (CDAI)' ved Digital Democracy Centre under Syddansk Universitet. Spørgeskemaet består af en række spørgsmål og spørgebatterier omhandlende digital forståelse, digitale kompetencer, digital adfærd, brug af digitale tjenester, nyhedsvaner, politisk overbevisning samt syn på algoritmer, fake news og disinformation. Ved udarbejdelsen af spørgeskemaet er der i flere tilfælde fundet inspiration fra tidligere litteratur. De spørgsmål, der indgår som en del af rapporten, ses i Tabel 6 herunder. Det fulde spørgeskema ses appendiks fra den første CDAI-rapport her: <https://doi.org/10.21996/vbvr-i851>

Tabel 13: Spørgsmål der ligger til grund for rapporten

S1	Hvilket køn identificerer du dig som? 1) Mand 2) Kvinde 3) Anden kønsidentitet
S2	Hvilket år er du født - Rullemenu med årstal
S3	Hvad er din længst gennemførte uddannelse? 1) Grund-/folkeskole 2) Almen gymnasial uddannelse (studentereksamen/HF) 3) Erhvervsgymnasial uddannelse (HH/HTX/HHX) 4) Erhvervsfaglig uddannelse 5) Kort videregående uddannelse (under 3 år) 6) Mellemlang videregående uddannelse (3-4 år) 7) Lang videregående uddannelse (5 år eller mere) 8) Forskeruddannelse (f.eks. PhD) 9) Ønsker ikke at oplyse
S12	Efter din mening, er følgende udsagn sande eller falske? (Sandt, falsk) 1) Phishing er et udtryk for, at man laver en bred søgning på internettet og "fisker" efter den information man gerne vil finde 2) Hvis jeg søger på efter noget på Google, så afhænger mine resultater af min lokation 3) Når Netflix anbefaler mig film eller serier, er det helt tilfældigt, hvad de anbefaler til mig 4) Cookies sporer min færden på nettet, og bruges til at sende målrettede reklamer til mig 5) Hvis jeg ved et uheld har åbnet en mail med virus, skal jeg slukke computeren med det samme for at virus ikke spreder sig
S13	Har du gjort noget af følgende? (Ja, nej, ved ikke) 1) Installeret en eller flere antivirus-software på din computer. 2) Installeret en eller flere antivirus-software på din smarttelefon. 3) Ændret indstillinger i din browser for at forhindre eller begrænse brugen af cookies.
S14	Bruger du det samme kodeord på tværs af flere online platforme? Fx Facebook, Twitter, arbejds e-mail, privat e-mail osv. 1) Ja, jeg bruger det samme kodeord til alle online platforme 2) Ja, jeg bruger flere af de samme kodeord til alle online platforme 3) Nej, jeg bruger individuelle kodeord til hver online platform

Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

4) Ønsker ikke at svare

-
- S15 Bruger du fler-faktor-autentifikation, hvor du har mulighed for det?
Fler-faktor-autentifikation (fx to-faktor-godkendelse) er en sikkerhedsforanstaltning, hvor man skal benytte to eller flere faktorer for at verificere sin identitet før man kan logge ind. Fx at man skal indtaste sit kodeord, og efterfølgende får tilsendt en SMS med en kode, som også skal tastes ind før man kan logge ind.
- 1) Ja
 - 2) Nej
 - 3) Ved ikke
-
- S16 Bruger du det samme kodeord til NemID, som til sociale medier?
- 1) Ja
 - 2) Nej
 - 3) Ved ikke
-
- S17 Tror du, at de følgende ting har en indflydelse på, hvilke nyhedsopdateringer du får vist på din Facebook startside? (Ja, nej, ved ikke, jeg har ikke Facebook)
- 1) Dine handlinger
 - 2) Handlinger dine venner tager
 - 3) Handlinger fra brugere du ikke kender
 - 4) Dine Google søgninger
-
- S18 Hvor stor indflydelse tror du følgende ting har på, hvilke resultater vises når du bruger en søgemaskine online? Fx Google. (1. Ingen indflydelse, 2, 3, 4. Hverken eller, 5, 6, 7. Stor indflydelse, 8. ved ikke)
- 1) Forskellige siders popularitet
 - 2) Min lokation
 - 3) Mine tidligere søgninger
 - 4) Hvorvidt en hjemmeside har optimeret deres online synlighed
 - 5) Hvor relevant en side er ift. mine søgeord
 - 6) Hvorvidt en side betaler for reklame eller sponsoreret indhold til søgemaskinen
-
- S19 Hvor ofte gør du noget af følgende for at beskytte dine personlige data? (Altid, ofte, sjældent, aldrig)
- 1) Læser persondatapolitik inden indtastning af personlig data
 - 2) Begrænser eller nægter adgang til min lokation fx slå lokalitetstjenester fra
 - 3) Begrænser adgangen til min profil eller indhold på sociale medier eller delte cloud tjenester fx Google Drive
 - 4) Nægter adgang til personlig data til reklameformål
 - 5) Tjekker at hjemmesiden eller app'en jeg har indtastet personlige oplysninger, er sikker fx https, sikkerhedslogo eller -certifikat
 - 6) Beder hjemmesiden, søgemaskinen eller onlinebutikkens administrator om at opdatere eller slette data om mig
-
- S20 Hvor enig eller uenig er du med følgende udsagn? (1. Helt enig, 2, 3, 4. Hverken eller, 5, 6, 7. Helt enig, 8. Ved ikke)
- 1) Hvis nødvendigt ved jeg, hvordan jeg bruger avancerede søgefunktioner (fx operatorer i Google-søgning som ", *, -, osv.) for at finde relevant information på internettet.
 - 2) Når jeg bruger kommunikationsplatforme som Zoom eller Skype, så ved jeg, hvordan man deler filer, deler skærm, viser præsentationer osv.
 - 3) Jeg bruger online løsninger som netbank, sundhed.dk, digital post, mv.
 - 4) Jeg ved, hvordan man ændrer indstillinger på min computer eller telefon, så jeg fx kan gøre skriften større, indstille lydniveau og lysstyrke.
 - 5) Jeg ved, hvordan man ændrer indstillinger i min browser for at forhindre eller begrænse brugen af cookies.

Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

- 6) Jeg ved, hvordan man samler flere PDF'er i ét dokument, ændrer filtype osv.
- 7) Jeg kan generelt selv løse de problemer jeg støder på, når jeg bruger digitale løsninger.
- 8) Hvis jeg blev bedt om at lave en simpel hjemmeside, ville jeg godt kunne lave en.
- 9) Jeg ved, hvordan man downloader filer fra internettet.

S21	Hvilket af følgende udsagn er korrekt(e)? Du kan vælge flere svar. <ol style="list-style-type: none">1) Hvis du modtager en mail som ligner den er fra en person du kender, kan du roligt trykke på links i mailen, hvis du har installeret antivirus-beskyttelse2) Du kan stole på at en mail kommer fra Syddansk Universitet, hvis de bruger Syddansk Universitets logo og signatur3) Hvis du modtager en mail fra en kollega eller ven, som spørger om dit kodeord, må du kun give det til dem, hvis de siger at det er en nødsituation4) Hvis du modtager en mail fra din arbejdsgiver som beder dig oplyse dit CPR-nummer, skal du først tjekke at e-mailen reelt kommer fra din arbejdsgiver
S22	Hvilken af følgende er en gyldig e-mailadresse? Hvis du er i tvivl, så vælg det svar du synes ser mest korrekt ud. <ol style="list-style-type: none">1) peter.AP@dk2) peter@AP.dk3) peter@AP/dk4) AP@peter/.dk
S23	Hvis jeg kun vil se søgeresultater på Google, som indeholder frasen 'Syddansk Universitet', kan jeg benytte følgende operator... <ol style="list-style-type: none">1) *Syddansk Universitet*2) (Syddansk Universitet)3) "Syddansk Universitet"4) Syddansk Universitet5) Ved ikke
S24	Hvis der vises en hængelås i adressefeltet i din browser, betyder det... <ol style="list-style-type: none">1) at siden ikke benytter cookies2) at forbindelsen til webstedet er krypteret og derfor mere sikker3) at det ikke bliver registreret at du besøger siden4) at siden har gemt dit kodeord5) Jeg har aldrig lagt mærke til hængelås i adressefeltet6) Ved ikke
S26	Hvor ofte ser/læser du nyheder fra følgende kilder? (Flere gange dagligt, en gang om dagen, flere gange ugentligt, en gang om ugen, månedligt, sjældnere, aldrig, ved ikke) <ol style="list-style-type: none">1) TV (fx TV-avisen, TV2 News)2) Radio (fx Radioavisen, P1 Orientering, Genstart)3) Trykte aviser (fx Politiken, Weekendavisen, Jyllands-Posten, lokalt dagblad)4) Nyhedshjemmesider (fx DR Nyheder (dr.dk), Ekstrabladet.dk, Politiken.dk, Fyens.dk)5) Nyhedsartikler delt på sociale medier (fx Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat)6) Venner eller andre brugeres statusopdateringer på sociale medier (fx Facebook, LinkedIn, Twitter, Snapchat)7) RSS-nyhedsstrømme (fx. Google News, Yahoo News etc)8) Udenlandske nyhedsmedier9) Politiets hjemmeside10) Andet
S27	Hvor ofte finder du nyheder eller ser nyhedsopslag fra følgende sider? (Flere gange dagligt, en gang om dagen, flere gange ugentligt, en gang om ugen, månedligt, sjældnere, aldrig, ved ikke)

Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'

- 1) Facebook
- 2) Twitter
- 3) Reddit
- 4) Instagram
- 5) Tiktok
- 6) YouTube
- 7) WhatsApp
- 8) Snapchat
- 9) LinkedIn

S33 Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn? (1. Helt uenig, 2, 3, 4. Hverken eller, 5, 6, 7. Helt enig, 8. Ved ikke)

- 1) "Fake news" og disinformation er en udfordring for det danske demokrati
 - 2) Generelt kan man stole på de fleste nyheder
 - 3) At læse nyheder på internettet betyder, at jeg ikke bliver eksponeret for en bred vifte af nyheder
 - 4) Jeg undgår information, som ikke stemmer overens med mine egne overbevisninger
-

Appendiks til rapporten
'Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder'



Syddansk Universitet
Campusvej 55
5230 Odense M

Telefon: +45 6550 1000
sdu@sdu.dk
www.sdu.dk