

Sondre Hareide

FALSKE NYHETERS TILTREKKENDE KRAFT

Hvorfor er det tiltrekkende, hvem tiltrekkes, og
hvordan kan det motvirkes?

Bacheloroppgave i Statsvitenskap

Mai 2020

Sondre Hareide

FALSKE NYHETERS TILTREKKENDE KRAFT

Hvorfor er det tiltrekkende, hvem tiltrekkes, og hvordan kan det motvirkes?

Bacheloroppgave i Statsvitenskap
Mai 2020

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap



Kunnskap for en bedre verden

Innhold

1. Hva er falske nyheter?.....	5
2. Hvorfor er falske nyheter tiltrekkende?.....	7
Teknikker	7
Synkende tillitt	10
Økende medievalgfrihet.....	11
Tilhørighet.....	11
Eksponering	12
3. Hva kjennetegner en leser av falske nyheter?.....	14
4. Hva forklarer svekket tillitt?.....	15
Metode	16
Analyse	17
Diskusjon.....	17
5. Hvordan kan falske nyheter motvirkes?	18
Må etablerte medier ta på seg en del av skylden?.....	19
Scenenekt.....	19
Naming and shaming.....	21
6. Konklusjon.....	22
Referanseliste:	24

Falske nyheter er i vinden som aldri før, og omfanget av det ser ut til å stadig øke. Når det er snakk om valg, kanskje da særlig i USA, er falske nyheter alltid et tema. Også her i Norge ser vi eksempler på flere alternative nettsteder som prøver å påvirke og sette sine spor.

Jeg gjennom denne oppgaven forsøke å finne ut av hvorfor falske nyheter har kunne spred seg så mye som det har gjort, og hvilke konsekvenser det har. Videre vil jeg se på hvem som er mest tiltrukket av falske nyheter, der jeg ser på dette i sammenheng med lav politisk tillit, og at falske nyheter til en viss grad bør forstås som en protestbevegelse. Til slutt vil jeg se på hvilke tiltak som kan gjøres for å hindre at falske nyheter får fortsette å spre seg slik at personer med uærlige hensikter kan utnytte mennesker for å vinne frem i den demokratiske prosessen.

Første del av oppgaven vil gå med på å forsøke å definere hva falske nyheter faktisk er, og hvilke typer vi har. I del to vil jeg se på de ulike teknikkene falske nyheter benytter seg av, og hvilke mekanismer i samfunnet de drar nytte av. I del tre vil jeg komme frem til hvem som i størst grad trekkes til falske nyheter; det ser ut til å være eldre mennesker på høyresiden, men dette kan være en forhastet konklusjon å trekke. I del fire vil jeg se på om innhold i falske nyheter henger sammen med lav politisk tillit; her vil jeg se på hvordan syn på innvandring, tro på at man har noe å si for de politiske avgjørelsene som tas, og plassering på den politiske akse spiller inn. Avslutningsvis vil jeg se på om etablerte medier må endre seg for å motvirke falske nyheter, om scenenektning har noe for seg, og aktører som støtter opp under falske nyhetsaktører bør være gjenstand for mer kritikk som et grep for å hindre at falske nyheter for fortsette å vokse.

1. Hva er falske nyheter?

Siden «falske nyheter» er et ganske vidt begrep, der definisjonene gjerne variere litt, ser jeg meg nødt til å selv definere hva som legges i uttrykket i denne teksten, men også gi et lite overblikk over hva begrepet faktisk inneholder. Egentlig er falske nyheter blitt til et begrep som har mistet all mening, da det kastes rundt over alt med en gang eksempelvis en politiker dekkes på en måte han eller hun ikke liker. I enkelte tilfeller er falske nyheter definert som noe som er fabrikkert, altså ren løgn (Lazer et al., 2018, s. 1). Dette har ofte en sammenheng med *desinformasjon*, som er feil informasjon med den hensikt å lure folk, og *misinformasjon*, som

er feil eller misvisende (Lazer et al., 2018, s. 1). Andre samler gjerne disse under merket *falske nyheter*, og anser derfor dette som å være informasjon som er bevisst fabrikkert eller feilrepresentert (Bakir & McStay, 2018, s. 1). Falske nyheter burde også kunne ses på i en lagt bredere kontekst, der man har en akse som leder mot mer og mer intensjon om å feilinformere. Denne aksen starter med (1) *parodi* eller *satire*, selvforklarende og burde ikke inkluderes under falske nyheter; fortsetter med (2) *falske forbindelser* der overskrifter og bilder ikke støtter opp under innholdet; deretter (3) *misvisende innhold*, misvisende bruk av informasjon for å få ønsket fremstilling av et individ eller en person; (4) *falsk kontekst*, der genuin informasjon er delt med falsk kontekst; (5) *etterlignende innhold*, der genuine kilder blir etterlignet; (6) *manipulert innhold*, genuin informasjon eller bilder blir manipulert; og til sist (7) *fabrikkert innhold*, informasjon som er helt oppdiktet og eksitere for å skade en sak eller et individ (Waldrop, 2017, s. 12632). For enkelthetens skyld, og for å ha færrest mulig begreper å sjonglere rundt, velger jeg å samle alle disse begrepene å benytte meg av begrepet *falske nyheter*. Falske nyheter havner også under paraplyen *alternative medier* (ikke alle alternative medier er falske), et annet begrep som ved enkelte anledninger vil være mer passende å benytte seg av.

Alternative medier er også et litt vagt begrep, og i likhet med falske nyheter mangler dette også en definisjon alle er samstemte om. En typisk forutsetning vil jeg mene er at de må skille seg ut fra de mer etablerte, tradisjonelle mediekanalene som NRK, VG, *Aftenposten* osv. som har en lang tradisjon, og som har et betydelig opplag. Disse tradisjonelle mediene har også stort sett den samme dekningsgraden av saker. Alternative medier derimot prøver å skille seg ut ifra dette og har stort sett fokus på saker som ikke dekkes av de tradisjonelle mediene. Petter Bae Brandtzæg, seniorforsker ved SINTEF, skrev i 2018 en kronikk i *Dagbladet* der han etter min mening gir en god redegjørelse for hva alternative medier faktisk er:

Alternative medier har en annen form og et annet innhold enn den etablerte dagspressen. Mens de etablerte har offentlige eller kommersielle interesser, er alternative medier ofte drevet frem av kampanjejournalistikk med en bestemt politisk og ofte opposisjonell synsmåte, som ofte er ekskludert fra det etablerte. Alternative medier har gjerne ikke kommersielle interesser, men drives på idealistisk basis med et tydelig redaksjonelt ståsted.(Brandtzæg, 2018)

Brandtzæg lister i samme kronikk opp en rekke medier som typisk blir sett på som alternative: disse er Resett, Document, Human Rights Services og The Herland Report.

Fellesnevneren for både alternative og falske nyhetskilder er at det kommer fra en aktivistisktradisjon, der de gjerne fører en bestemt interesse. Forskjellen er da gjerne at alternative medier forholder seg til grunnleggende presseetiske prinsipper, som for eksempel Vær varsom plakaten; her kan man eksempelvis sette *Minerva*, Filter nyheter og tidligere *Klassekampen*. Falske nyhetskilder derimot er ikke interessert i å følge disse prinsippene.

I ytterpunktene blant falske nyhetskilder finner man også en overlapp med konspirasjonsmiljøet, der spesielt QAnon, tilknyttet blant annet Pizzagate, står frem som særlig aktuelt og skremmende i dag (LaFrance, 2020). Dette er riktignok i USA, konspirasjonsmiljøet i Norge fremstår som mer ubetydelig, selv om de mer kjente aktørene her har svake referanser til ulike konspirasjoner, mange av dem diskuteres også i kommentarfeltet, som for eksempel *Eurabia/The Great Replacement*.

2. Hvorfor er falske nyheter tiltrekkende?

Hvorfor folk flykter fra etablerte til alternative medier er et fenomen som har flere ulike teorier. Jeg vil dele dette kapitlet i to bolker, der den første ser på hvordan menneskers psykologi er med på å bestemme vårt medievalg, mens den andre vil se mer på hvordan måten media fungerer på har endret seg. De to hovedteoriene baserer seg på (1) tillitten til politikere og etablerte medier synker, og velger trekkes da naturlig mot de mediene som kritiserer disse og som passer best inn i deres verdensbilde, (2) og at mennesker egentlig ikke er særlig interessert i å høre røster som ikke passer inn i deres verdensbilde, og det blir derfor med den økte medievalgfriheten vi har i dag lettere å velge bort etablerte medier når man ikke liker innholdet.

Teknikker

En av de mest kjente teknikkene som benyttes her er såkalt *ragebait*, eller *røde kluter* som det kan kalles på norsk. Navnet på denne teknikken er passe beskrivende, og hensikten som ligger bak er at forfatteren av falske nyheter har som mål å hisse opp lesermassen. Her brukes som oftest politikere som for eksempel: Jonas Gahr Støre, eller Arbeiderpartiet generelt; Trine Schei Grande; Eivind Trædal og Lan Marie Berg. Dette er også med på å skape et av de

største problemene med falske nyheter, nemlig at det ofte leder til varierende grader av personlige trusler, inkludert drapstrusler.

Måten nyheter presenteres på, kalt *framing*, er også svært viktig; falske nyheter vil ha en begrenset effekt om nyheter ikke kan presenteres på en bestemt måten (Andersen, 2019). Dette er et forskningsområdet som nå nylig har økt betraktelig, men det er fortsatt flere aspekter ved dette som krever mer forskning, blant annet i en politisk og sosial sammenheng (Riebling & Wense, 2019, s. 58). Framing kan forstås som måten en nyhetsartikkel settes inn i en større kontekst, og hvordan man ved å for eksempel utelate bakgrunnsinformasjon kan, uten at det man skriver nødvendigvis er løgn, vinkle saken slik man selv ønsker. Et eksempel på hvordan dette fungerer i praksis er ved å ikke gi personer man skriver en sak om tilsvarsrett der de får muligheten til å forsvare seg. Dette gjør at man lettere kan ilegge noen meninger de ikke har og at man kan tolke dem i verste mening.

Valg av ord har også mye å si for hvordan en sak blir oppfattet, og hvilken mening leseren sitter igjen med etter å ha lest saken; eksempelvis er det bevist at bruken av ordet «baby» og «foster» henholdsvis gir økt og svekket støttet til abort (Riebling & Wense, 2019, s. 58). Man kan derfor oppnå en bestemt effekt av å velge de riktige ordene. En høyreorientert blogg kan for eksempel velge å beskrive venstresiden som *sosialistene*, dette fungerer også som en rød klut, da sosialister er heller upopulært blant leseren (her er det bare å ta en titt på et hvilket som helst kommentarfelt tilhørende en sak om venstresiden), grunnet en negativ oppfatning om sosialister er sjansen større for at saken oppleves som negativ av leseren.

En annen framingteknikk som kan benyttes av falske nyhetskilder, og en teknikk som bringer meg over til neste punkt, er å tegne et bilde av etablerte nyheter som falske nyheter, der de selv er den nyhetskilden som bringer sannheten; Resett har blant annet gjort dette gjennom å oppfordre til boikott av etablerte medier (Iversen, 2019). Denne teknikken med å fremstille etablerte nyhetsaktører som falske nyheter er en økende trend. Dette ser ut til å være en indre dynamikk, som er noe mer tydelig på høyreorienterte blogger (Riebling & Wense, 2019, s. 66).

En del av hensikten med å fremstille etablerte medier som en kilde til falske nyheter er at man ønsker å isolere sine lesere. Målet med dette er naturligvis at man ønsker å ta full kontroll over hvilken informasjon leserne får i seg, og med dette forsterkes den politiske effekten av falske nyheter. Dette er ikke en teknikk som kun benyttes i forbindelse med falske

nyheter, det er heller ikke en ny teknikk, da den har blitt brukt av demagoger i lang tid. Om dette faktisk er effektivt er dog noe usikkert da det viser seg at selv om man kjøper narrative til en falsk nyhetskilde om at etablerte nyheter ikke gir deg sannheten er det fortsatt ikke slik at man vender etablerte medier ryggen, dette er noe vi ser både i Norge og i land som USA (Downing, 2003, s. 237; Jenssen & Aalberg, 2019, s. 2).

For å blomstre er falske nyhetskilder også avhengige av å sette en attraktiv agenda. Agendasetting, og teorien bak dette, handler i korte trekk om hvem som eller hva som blir dekket i media, og hvordan dette er med på å forme folks inntrykk av hvilke saker som er viktige (Vargo et al., 2018, s. 2029). Her kan falske nyheter fortsatt ha en effekt, uavhengig om man tror på sakene som dekkes eller ikke (Vargo et al., 2018, s. 2029). Om for eksempel negative aspekter ved innvandring får bred dekning av en falsk nyhetskilde vil innvandring og problemene dette kan medføre bli satt på dagsordenen.

Falske nyhetskilders agendasettende egenskaper har blitt forsket på i USA, der man for det første kan se at etablerte medier gjerne er med på å sette en felles agenda ved at de lytter til hverandre, her er det gjerne større, mer anerkjente medier som *The New York Times* som leder an, men i senere tid har etablerte medier mistet mye av den makten til mer alternative nyhetskilder. Noe av grunnen til at teorien om denne effekten eksisterer er fordi etablerte medier ser seg nødt til å gå ut å korrigere, eller ta stilling til, falske nyhetsartikler som blir publisert gjennom for eksempel en faktasjekk (Vargo et al., 2018, s. 2030, 2031). Slike faktasjekker finnes også i Norge, her vi har Faktisk som den største aktøren; det kan derfor tenkes at når Faktisk gjennomfører en faktasjekk er de med på å skape en debatt rundt saken, i tillegg til at de gjør lesere oppmerksomme på at dette i det hele tatt er et tema. Falske nyhetskilder agendasettende egenskaper kan nå være på vei ned, og totalt sett er ikke falske nyhetskilder med på å påvirke agendaen i en betydelig grad, men de har en effekt i enkeltsaker (Vargo et al., 2018, s. 2038).

Selv om falske nyheter ikke i stor grad greier å sette en agenda for etablerte medier ser vi allikevel en påvirkning. Det at de har en annen agenda enn etablerte medier er naturligvis også noe av det som gjør dem attraktive for sine lesere; her får de noe de vil ha, men som de ikke får hos etablerte medier, derfor blir det lettere å vende seg bort fra dem.

Synkende tillitt

Det er ikke bare nyhetsmedia som opplever at folkets tillitt til dem har blitt betydelig svekket de senere årene. Politikerne som sitter med makten, finanseliten og alle andre som «styres» verden har opplevd det samme. Dette er noe som har skjedd med jevne mellomrom gjennom verdenshistorien, ofte av en veldig legitim grunn og det har vært med på å gjøre betydelige endringer i samfunnet. Hvorvidt den synkende tillitt vi opplever i dag er legitim eller ikke har jeg ikke tenkt til å gå noe inn på, men jeg mener allikevel at det er viktig å ha i bakhodet at det å ikke stole på eliten ikke nødvendigvis bare er konspiratorisk vås, selv om det på overflaten av dagens situasjon kan se litt slik ut. Jeg er her mer interessert i å se på hvorfor tillitten til media i dag er redusert.

En fellesnevner for Resett, HRS, Document og flere andre lignende sider er at de oppgir at en av deres oppdrag er å belyse saker, eller sider av saker, det etablerte media ikke vil røre. Med andre ord får man ikke sannheten av NRK, VG, *Aftenposten* o.l. fordi de er uærlige og skal enten være politisk korrekte, eller de har økonomiske interesser av å dekke sakene på den måte de gjør. Tar man en kikk i diverse kommentarfelt er det åpenbart at dette er en mening en betydelig andel av deltageren også sitter med. Det er derfor lett å konkludere med at svekte tillitt til etablerte medier bidrar til at alternative medier vinner frem. Vi må derfor se på mekanismene som ligger til grunn; (1) hvor lav tillitt har egentlig nordmenn til media? (2) Hvorfor blir tillitten til etablert media svekket?

Jeg mener at årsaken til at etablerte medier da må vike for de alternative kan ses i to perspektiv: et pessimistisk perspektiv der folk velger bort enkelte medier fordi de ikke liker vinklingen, eller på noen måte få deres idé om hvordan verden ser ut utfordret; eller i et mer humanistisks perspektiv der folk velger bort de etablerte fordi de opplever at deres bekymringer ikke dekkes i tilstrekkelig grad. Innvandring har som nevnt tidligere vært et viktig tema for at alternative medier skal vinne frem, det kan derfor tenkes at folk trekkes til disse, ikke fordi de er rasister og vil ha bekreftelse på deres mening om at innvandring er skadelig for samfunnet, men heller fordi de har faktiske bekymringer som de ikke føler dekkes i tilstrekkelig grad av de store mediehusene.

Videre er også nettopp en persons syn på tema som innvandring en sammenheng med deres tillitt til media (Midtbøen et al., 2017, s. 110). Et eksempel på dette kan være at velgere på høyresiden i større grad enn velgere på venstresiden opplever at journalister har en

politisk agenda som viker fra deres egen. Også her ser vi at et av temaene som ligger til grunn for dette inntrykket er måten innvandring omtales i media (Midtbøen et al., 2017, s. 124).

Økende medievalgfrihet

Med den økte medievalgfriheten vi har i dag er det også langt lettere å velge selv hvilke nyhetskilder man ønsker å benytte seg av. Tidligere kunne det å konsumere nyheter, særlig på TV, i langt større grad være en passiv handling. Grunnen til dette er for det første at nyheter gjerne ble sendt rett før, eller mellom, underholdningsprogrammer, så selv de som ikke var interessert i selve nyhetene allikevel fikk de med seg mens de ventet på underholdningen.

Det er ikke dermed sagt at brukere av alternative medier i dag kun benytter seg av alternative medier. Det er nemlig ikke slik at man bare kan skru av sine gamle medievaner, og om konsumerer da gjerne begge deler (Downing, 2003, s. 637).

Til tross for dette kan vi i dag se at den økende medievalgfriheten kombinert med inntrykket av et fiendtlig innstilt media er med på å skape en økning i polarisering. Det meste av forskning som er gjort på nettopp dette tar utgangspunkt i USA, der media er ganske unikt sammenlignet med Europa (Jenssen & Aalberg, 2019, s. 4). Forskningen som er gjort på dette i Norge viser at også her ser man en polarisering. Ser man på velgerens oppfatning av NRK og TV2 ser man at velgere på venstresiden mener at kanalene favoriserer høyresiden, og velgere på høyresiden mener at venstresiden blir favorisert. Det som her er verdt å merke seg er at det er en klar overvekt av velgere på høyresiden som mener at venstresiden blir favorisert (Jenssen & Aalberg, 2019, s. 13). Videre finner man også tegn på at velgere i Norge, i likhet med andre land, foretrekker nyheter de er enige i, eller som de opplever som synkronisert med deres egne politiske meninger (Jenssen & Aalberg, 2019, s. 19).

Tilhørighet

Muligheten til å kunne dele sine synspunkter uten frykt for represalier er viktig. Kommentarfeltene gir gode muligheter til å kunne uttrykke seg fritt, og i tillegg anonymt, noe som forhindrer at man ikke vil bli underlagt sosiale sanksjoner om man sitter inne med kontroversielle meninger. Etter terrorangrepet på New Zealand 15. mars 2019 kunne man i kommentarfeltet til blant annet Resett se flere kommentarer som forsvarte, eller prøvde å rasjonalisere, terroristens handlinger (J. Skybakmoen, 2019); disse kommentarene var lagt

igjen av anonyme brukere, og om anonymitet ikke var en mulighet mener jeg det er rimelig å anta at kommentarfeltet ikke hadde hatt like kontroversielle meninger.

Det er også lett å bli fanget i nettverkene falske nyhetskilder setter opp. Mennesker har en forsvarsmekanisme som gjør at det er vanskeligere for oss å tro på informasjon som ikke passer inn under vår identitet, herunder vår politiske ideologi. Tanken bak dette er at vi har satt opp større sosiale nettverk, basert på vår ideologi, og hvis man går i mot en veletablert mening som deles av dine venner og bekjente vil det være vanskeligere å avvise dette, side du da også går i mot dem (Kahan et al., 2017, s. 2). På denne måten kan man bli mer tilbøyelig til å tro på falske nyheter fordi man ønsker å passe inn i sin gruppe.

Sosiale medier er heller ikke bare viktig for å skape et inntrykk av tilhørighet blant brukerne, men også for at falske nyheter skal kunne spres seg. Mark Zuckerbergs ideelle versjon av Facebook er noe som ligner på Habermas' ideal om den offentlige sfæren, der individer samme kan diskutere ideer og komme frem til gode løsninger. Men denne ideelle versjonen er noe som ikke eksisterer i praksis, i alle fall ikke i følge Jodi Dean, som kaller delingsprosessen i sosiale medier og gleden det gir for *affective networks* (Johnson, 2018, s. 109). Dette handler i korte trekk om at sosiale medier er bygd på en måte som belønner deling gjennom for eksempel *likes*. Tanken som ligger bak er at når man deler noe på Facebook er man ikke interessert i om det er en falsk eller en ekte nyhet, men man er heller opptatt av *gevinsten* man får fra delingen (Johnson, 2018, s. 110). Falske nyheter tar ofte sikte på å være veldig delbart, og med dette greier de å utnytte en svakhet i mennesker for å få noe som er svært viktig for deres eksistens, nemlig eksponering.

Eksponering

Noe som er viktig for en hver medieaktør skal lykkes er naturligvis at de har en lojal lesermasse. For å få denne lesermassen er de da avhengig av synlighet. Dette er noe som med sosiale medier har blitt langt enklere å skaffe seg da det finnes millioner av potensielle lesere der.

Utover den åpenbare konklusjonen om at et medier må ha en synlighet for å være suksessfulle, dette for å gjøre folk oppmerksomme på at de eksisterer, er det også ting som tyder på at eksponering for falske nyheter har en dypere psykologisk effekt. Denne teorien baserer seg på prinsippet om *illusorisk sannhet*, som tilsier at om du blir eksponert for en

påstand mange nok ganger vil du til slutt begynne å tro på den. Denne teorien overført til falske nyheter går da ut på at ved tidligere eksponering for falske nyhetsoverskrifter blir man mer tilbøyelig for å tro på de neste man ser (Pennycook et al., 2018, s. 2). Her burde man kunne forvente at effekten av dette vil være svekket på tvers av ideologiske linjer siden mennesker her har en tendens til å avvise det man ikke *vil* tro på, det vil si at siden falske nyhetskilder som regel har en veldig tydelig slagside burde man ikke forvente å finne denne effekten blant lesere på motsatt ideologisk side (Pennycook et al., 2018, s. 2). Dette har riktignok ikke en effekt på påstander som åpenbart er falske, men for påstander som *kan* være sant, har det en målbar effekt. Effekten av denne eksponeringer er også noe som øker ved videre eksponering, det vil si at en eksponering gir en liten effekt, en eksponering til gir en enda større effekt osv. Dette består selv om artikkelen er merket som falske, og har fortsatt en effekt på tvers av ideologiske linjer (Pennycook et al., 2018, s. 11, 12).

Dette er også et område der flakse nyhetsaktører blir veldig sårbare. Ved at de baserer mye av rekkevidden sin på en selvstendig tredjepart gjør det at de i stor grad eksisterer på, for eksempel Facebooks, nåde. Blir de utestengt derfra vil de med en gang miste mye synlighet og med dette også lesere. Jeg vil komme tilbake til hvordan denne fungerer senere i teksten.

Måten falske nyhetsaktører benytter seg av sosiale medier, og også søkemotorer, kan også være med på å påvirke større grupper av mennesker sine persepsjoner. Effekten av dette har blitt forsket på, hvor man blant annet har funnet at resultater som vises høyt oppe i et Google-søk er med på å forme den som søker sine meninger (Epstein, 2016). Dette problemet er ikke nødvendigvis veldig stort, da to konkurrerende stemmer vil kunne nøytralisere hverandre. Men om plattformtilbyder ikke opptrer som en nøytral tredjepart, men heller velger en side, kan dette få potensielle problemer. Epstein referer også til en studie der 698 000 Facebook-brukere fikk servert en nyhetsstrøm som enten bestod av hovedsakelig positiv termer, negative termer eller nøytrale termer; det viste seg i ettertid at dette var med på å forme brukerens videre kommunikasjon (Epstein, 2016). Dette viser at nyhetsstrømmer i sosiale medier kan være med på å påvirke hva brukerne mener.

3. Hva kjennetegner en leser av falske nyheter?

Bare ved å se på hvordan det falske nyhetslandskapet ser ut, og hvordan kommentarfeltene til artiklene utarter seg, kan det være rimelig å anta at det falske nyheter hovedsakelig leses og dels av personer som identifiserer seg med høyresiden politisk. Men det kan også tenkes at dette er en forhastet konklusjon, og at politisk orientering ikke har noen nevneverdig påvirkning; høyreorienterte falske nyheter kan kanskje være mer fremtredende fordi aktører med høyreorienterte interesser er mer interessert i å benytte seg av falske nyheter som et politisk våpen.

Man kan allikevel nå se at politiske skillelinjer er en indikator på tillitt til media, dette er til dels noe som kan henge igjen fra tiden med partipresse, men det er også til dels blitt med videre etter at media har blitt kommersielt. Man kan blant annet se tegn på dette i Fremskrittspartiet, som eksempelvis har omtalt NRK som Arbeiderpartiets rikskringkasting, forkortet ARK, (Midtbøen et al., 2017, s. 118) og med det antyder at NRK ikke er en politisk nøytral aktør, men heller en del av AP sin partipresse. Dette er en holdning man fortsatt finner igjen i dag i diverse kommentarfeltene til de ulike etablerte mediene, der beskyldes for å være venstrevridde eller propaganda for diverse aktører eller ideologier man assosierer med venstresiden.

Forskning på hvem som benytter seg av falske nyheter er, grunnet at fenomenet er relativt nytt, noe mangelfull, og er ennå ikke utforsket til det fuleste. Ser man på det som allerede eksistere, blant annet artikkelen «Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook» i *Science Advances* (Guess et al., 2019) er det ting som kan tyde på at det er alder som i størst grad forklarer deling av falske nyheter i sosiale medier. Ser man på mengden av falske nyheter delt av personer over 65, forholder alder seg statistisk signifikant selv om man inkluderer andre variabler som ideologi og utdanning (Guess et al., 2019, s. 3). Det er naturligvis flere forklarende faktorer; ideologi, utdanning, kjønn og inntekt (Guess et al., 2019, s. 2; Vargo et al., 2018, s. 2032). Det kan også være forhastet å konkludere med at bare eldre deler mest, leser de også mest. Av egen erfaring kan jeg se at yngre i svært liten grad i det hele tatt deler noe på Facebook. Men som vi har sett er deling av falske nyheter et problem, og eldre er med på å forsterke det.

Som man kan se er det vanskelig å komme frem til et definitivt svar på hvem som hovedsakelig benytter seg av falske nyheter. Alder ser ut til å være en god forklarende

variabel, selv på tvers av andre mulige forklaringer som ideologi og utdanning. Ideologi har også en tydelig sammenheng, men det er også en mulighet for at de som identifiserer seg med høyresiden er mer mottakelige for falske nyheter fordi det er mer falske nyheter som er rettet mot dem, de blir dermed utsatt for det i langt større grad enn de som identifiserer seg med venstresiden. Utdanning hadde, til min overraskelse, ikke så mye å si selv om det også her er en sammenheng. Til tross for noe mangelfull forskning på dette burde man på bakgrunn av det vi vet til nå kunne si at de som tiltrekkes av falske nyheter er hovedsakelig personer som identifiserer seg med høyresiden og som har noe lavere utdanning. Men hvis det falske nyhetsbildet endrer seg og begynner å jobbe seg inn mot venstresiden mener jeg at det ikke er umulig å forvente at ideologisk side ikke lenger nødvendigvis vil ha en forklarende faktor.

Det kan også være nyttig å ikke bare se på hva falske nyheter inneholder, men heller tenke på det mer som en slags protestbevegelse, der det i hovedsak konsumeres av personer som føler at deres stemme ikke blir tatt hensyn til i politiske spørsmål, og de har som følge av dette lav tillit til media og den *politiske eliten*.

Jeg vil videre se på hva som kan forklare lav tillit til politikere og se om innholdet i falske nyheter har noen sammenheng med dette.

4. Hva forklarer svekket tillit?

Som vi har sett til nå finnes det en klar sammenheng mellom svekket tillit til media og det politiske system. Jeg vil nå se på om innholdet til typiske kilder til falske nyheter i større grad appellerer til de med lav tillit til det politiske systemet.

Jeg benytter meg av data fra «European Social Survey runde 9, 2018», og kommer til å se på hvordan (1) politisk tilhørighet, (2) tro på at man blir hørt i dagens politiske system og (3) holdning til innvandring henger sammen med tillitten til det politiske system.

Hensikten med å se på politisk tilhørighet er at de mer kjente og etablerte kildene til falske nyheter har en klart dreining mot høyre; troen på at det politiske systemet er lagt opp slik at den vanlige velger har noen reel påvirkning ser jeg på fordi falske nyheter fremstår som en protest mot eliten; holdningene til innvandring velger jeg å se på fordi dette er en typisk rød klute falske nyhetsaktører benytter seg av.

Jeg arbeider derfor ut i fra følgende hypoteser:

H1: De med lav tillitt til det politiske systemet befinner seg på høyre side av den politiske akse

H2: De med lav tillitt til det politiske systemet har svekket tro på at man kan ha innflytelse i politikken

H3: De med lav tillitt til det politiske systemet er mer skeptiske til innvandring

Metode

Disse hypotesene vil bli testet ved hjelp av en regresjonsanalyse i SPSS

Den avhengige variabelen er «Trust in politicians» (**trstplt**). Her er tillitt til politikere målt nominalt på en skala fra 0-10, der 0=ingen tillit og 10=full tillit.

De uavhengige variablene er «Placement on left right scale» (**lrscale**), nominal, målt på en skala fra 0-10, der 0=venstre og 10=høyre. «Immigrants make country worse or better place to live» (**imwbcnt**), nominal, målt på en skala fra 0-10 der 0=verre sted og 10=bedre sted. «Political system allows people to have influence on politics» (**psppipla**) på skala 1-5, der 1=i ingen grad og 5=i stor grad.

En mulig svakhet med spørsmål som måles på en nominal skala er at ulike respondenter kan ha en ulik idé om hva som egentlig legges i de ulike svaralternativene; en respondents 4 vil ikke nødvendigvis samsvare med en annen respondents 4, da dette til en viss grad vil være noe som blir liggende opp til egen tolking fordi dette er noe som vil være basert på en respondents egne forventninger. Men siden det i denne undersøkelsen er over 1300 respondenter vil problemet knyttet til dette være minimal, og en respondent vil uansett ikke vike langt ifra det som kanskje hadde vært et mer representativt svar for hva de egentlig føler.

KONTINUERLIG VARIABEL	N	MIN	MAX	MEDIAN	STD.AVIK
TILLIT TIL POLITIKERE	1398	0	10	5,28	1,976
HOLDNING TIL INNVANDRING	1387	0	10	5,02	2,405
TRO PÅ AT MAN KAN HA INNFLYTELSE I POLITIKKEN	1382	1	5	2,95	,900
POLITISK PLASSERING	1364	0	10	5,02	2,405

Analyse

	B. KOFFE.	ST.FEIL	BETA	P-VERDI
KONSTANT	1,060	0,246		0,000
HOLDNING TIL INNVANDRING	0,207	0,025	0,217	0,000
TRO PÅ AT MAN KAN HA INNFLYTELSE I POLITIKKEN	0,902	0,059	0,382	0,000
POLITISK PLASSERING	0,085	0,020	0,105	0,000
	$R^2=0,226$			

Alle variablene gir oss en P-verdi på 0,000, funnene er derfor generaliserbare til befolkningen forøvrig siden de ikke går over 0,05. Modellen har samlet en R^2 på 0,226, noe som betyr at 22,6% av variasjonen kan forklares med tillit til politikere.

H1 gikk ut på at politisk plassering kunne fortelle oss noe om tillitten man hadde til politikere. Det vi ser her er at det ikke har noen nevneverdig effekt; B-koeffisienten er relativt lav på 0,085, noe som gjør det vanskelig å konkludere med om H1 stemmer eller ikke.

H2 gikk ut på at de med svekket tro på at de kan ha politisk innflytelse også har lav tillit til staten. Her ser vi mye tydeligere sammenheng enn i H1. B-koeffisienten ligger på 0,902, standardavviket er også lavt noe som betyr at det ikke er for store sprik i tallene. Vi kan derfor si at det er hold i H2.

H3 så på hvordan innvandring og tillit til politikerne henger sammen, her ser vi en B-koeffisienten på 0,207, noe som ikke er kjempehøyt. Det har allikevel en viss effekt og man kan med dette si at det er noe hold i H3.

Diskusjon

Som vi ser av analysen er det tro på at man kan være med å påvirke politikken som står igjen som den sterkeste forklarende faktoren for tillit til politikere. Som kjent er det at man blir tråkket på av eliten et gjennomgående tema i falske nyheter. Dette viser også at falske nyheter rettet mot venstresiden også kan ha et potensial om man finner de rette kampsakene, og man kan også argumentere for at falske nyheter har en funksjon som protestbevegelse som

appellere til de som føler seg tilsidesatt i politikken, heller enn at det er direkte relatert til spesifikke saker.

Dette styrkes særlig av at man ikke kunne se et klart og tydelig tegn på at politisk tilhørighet har veldig mye å si for tillit til politikere. Effekten av holdninger til innvandring handler kanskje mest om at innvandring er et stort politisk stridstema, falske nyhetsaktører har derfor valgt seg ut nettopp dette som en rød klut siden de vet at det har en tiltrekkende effekt. Siden innvandringspolitikk også er relativt polariserende kan man også gå ut i fra at de som av ulike grunner er motstandere av innvandring føler at de ikke lenger blir hørt, eller at de på et vis blir overkjørt, og de blir med det trukket mot nyhetsmedier som er på *deres* side.

Det er også gjort funn som viser en sammenheng mellom opplevelse av journalistisk slagside og tillit til media. Her ser man, egentlig ganske innlysende, at de som opplever at journalister skriver med politisk slagside også har liten tillit til media generelt (Midtbøen et al., 2017, s. 125). Ut ifra dette kan man kanskje trekke en konklusjon om at lav tillit til media ikke nødvendigvis kommer som et resultat av politisk tilhørighet, men heller som et resultat av at det som oppleves som viktige saker i dag ikke dekkes på en måte som oppleves som *riktig* for de på høyresiden. Et tema for videre forskning kan derfor være å se om dette endrer seg om inntrykket av massemedia endrer seg.

5. Hvordan kan falske nyheter motvirkes?

Jeg har nå gjennom denne teksten fått etablert at det er tydelige problemer knyttet til hvordan dagens medielandsskap ser ut. Jeg vil derfor i denne avsluttende delen se på hvordan disse problemene kan løses. Her vil jeg se på om de etablerte mediene også må ta i et tak, dette tar utgangspunkt i at de alternative mediene faktisk har dekket et saksområdet som trenger dekking, uten at de etablerte mediene har dekket det samme, og også hvordan etablerte medier kan ha vært med på å legitimere uærlige stemmer i et forsøk på å få en bredere appell. Deretter vil jeg se på om *scenenekt* faktisk har en positiv effekt, eller om det er med på å gjøre vondt verre. Til slutt vil jeg se på hvordan falske nyhetsaktører kan bli for kontroversielle slik at annonsører og andre økonomiske bidragsytere trekke seg ut, noe som vil slå negativt ut på deres egen økonomi.

Må etablerte medier ta på seg en del av skylden?

Siden mye av suksessen til alternative medier er basert på lav tillitt til etablerte medier er det naturlig å anta at de etablerte mediene må ta på seg noe av skylden for dette. Som nevnt tidligere kritiserer de falske aktørene ofte de etablerte, eller anklager dem for å ikke dekke enkelte temaer; her i Norge er dette som oftest innvandring.

Om man leser etablerte medier jevnlig ser man med en gang at anklagene om at innvandring ikke dekkes er på et tynt grunnlag. At det ikke dekkes nok, eller har feil fokus, er naturligvis vanskelig å svare på, da hva som er *nok* og *riktig fokus* i aller høyeste grad er subjektivt. Etablerte medier kan naturligvis prøve å favne bredere. Men om dette faktisk vil fungere er det grunn til å stille seg tvilende til. Som tidligere nevnt er det uansett de nyhetene som passer med ens virkelighetsoppfatning som er mest tiltrekkende, og om det ikke finnes saker som gjør dette er det lite de etablerte mediene får gjort med dette.

Et annet problem etablerte medier kan ha skapt med et ønske å fremstå som mer balanserte i et forøk på å blidgjøre alle, er at de har legitimert uærlige aktører ved at de gir dem spalteplass. Grunnen til at dette gir legitimitet er det kan kaller *higher order evidence*. Når noen man har tillitt til fremhever noen antar man som leser at det som publiseres er sannferdig, og at hensiktene som ligger til grunn er ærlige.

Etablerte medier kan derfor, i et forsøk på å fremstå som balanserte, slippe til stemmer som egentlig ikke gir balanse, men heller et inntrykk av at enkelt meninger er gyldige og langt mer etablerte enn de egentlig er, i tillegg til at de da kan reklamere for egne plattformer og med et øke sin egen rekkevidde. Det kan derfor argumenteres for at stemmer med uærlige hensikter burde bli et offer for scenenekt.

Scenenekt

Scenenekt, eller no-platforming, er noe man kanskje først og fremst nå forbinder med USA der debatten med jevne mellomrom raser. Scenenekt baser seg i korte trekk på at ytringer, eller personer med meninger som anses som problematiske, ikke blir invitert med i den åpne debatten, de får altså ikke en plattform i det offentlige rom der de kan ytre seg. Om dette er en god eller dårlig idé er det delte meninger om; på en side har man de som mener det er en dårlig idé fordi da kan ikke problematiske ytringer konfronteres på samme måte, og at personer med problematiske ytringer bruker det at de ikke blir invitert til sin fordel. På den

andre siden har man de som mener scenenekt er en god idé siden problematiske idéer ikke kan bli spredt om de ikke får komme frem i det offentlige rom.

Hvilken effekt scenenekt faktisk har er i stor grad basert på synsing og egne meninger, men faktisk forskning på dette feltet er til nå noe begrenset. Men man kan se på eksempler der samfunnsdebattanter har blitt scenenektet for å få en idé av hvilken effekt det faktisk har hatt. Kanskje de mest kjente eksemplene man kan benytte seg av er Alex Jones og Milo Yiannopoulos, mest kjent fra henholdsvis InfoWars og Breitbart. Yuannopoulos er nå under en massiv gjeld etter at han har blitt holdt utenfor samfunnsdebatten, noe som i stor grad har hindret han fra å nå ut til sitt publikum (Beauchamp, 2018). Jones har, på mange måter lidd samme skjebne. I 2018 ble han utestengt fra flere sosiale medier, blant annet Facebook og YouTube. Denne utestengelsen førte først til at trafikken til InfoWars økte, en konsekvens mange kritikere av scenenekt mener er å forvente, men i ukene etter kunne man se en betydelige nedgang i antall besøkende (Nicas, 2018).

Et annet argument for at falske nyhetskilder burde utestenges fra blant annet Facebook er at de er langt mer fremtredende enn sannferdige nyhetskilder. I månedene som ledet opp til presidentvalget i USA i 2016 hadde falske nyhetskilder flere delinger enn etablerte nyhetskilder (Pennycook et al., 2018, s. 1). Facebook har, eller skal begynne, å ta dette problemet på alvor, blant annet gjennom bedre merking av hva som er sant og hva som er usant, i tillegg til at de i større grad vil begynne å utestenge kildene som eksklusivt sprer falske nyheter (Liptak, 2019; Newton, 2016). Men, effekten av å benytte seg av faktasjekkere er, som vist i den tidligere refererte studien, ikke nødvendigvis tilstrekkelig, selv om det kan bidra til å redusere graden falske nyhetsartikler blir delt av brukerne selv (Pennycook et al., 2018).

Det er dermed ikke sagt at man blir kvitt problematiske ytringer ved å scenenekte dem; de vil fortsatt kunne eksistere i sine egne kroker. Men som man kan se i Alex Jones' tilfelle resulterte utestengelsen fra populære sosiale medier til at han mistet rekkevidde og med det muligheten til å nå ut til nye mennesker som kan la seg overbevise av hans konspirasjonsteorier. Færre lesere fører også til en reduksjon i annonseinntektene, som igjen vil kunne gjøre videre omfattende operasjon utfordrende siden man får en svekket økonomi.

Et naturlig neste steg i forskning på hvilken effekt scenenekt har er å se om de fører til en enda sterkere polarisering. Som vi vet bruker slike alternative medier offerrollen flittig, og

de vil naturligvis gjøre det om de blir scenenektet. Lesere som da allerede er trukket inn i disse mediene vil sannsynligvis føle at deres meninger blir undertrykt av staten, massemedia, eller andre de allerede har lav tillitt til, noe som fører til at tillitten synker ytterligere. En mulig hypotese for videre forskning kan da være at: scenenekt fører til at færre blir polarisert, men at de som allerede er polariserte blir enda mer polariserte.

Naming and shaming

En måte man muligens kan stoppe uredelige, skadelige, medier på er ved å angripe deres finansieringsmodell. I de aller fleste tilfeller er de, i likhet med de fleste andre aviser, reklamefinansiert. Hvis man greier å stoppe inntektsgrunnlaget vil man sannsynligvis ikke bli helt kvitt dem; det finnes som nevnt tidligere aktører som skriver uten økonomisk interesse, men heller av egen ideologisk overbevisning. Men man vil sannsynligvis i stor grad kunne redusere deres omfang.

Hvilken effekt dette har vil vi trolig få svar på i løpet av de nærmeste månedene. I påsken 2019 ble Resett utsatt for en kampanje på Twitter, der bedrifter som hadde annonser på nettstedet ble oppfordret til å svarteliste dem (Holm-Nilsen & Tomter, 2019). Dette førte til at Resett mistet annonser fra store seriøse bedrifter, og satt bare igjen med små og ukjente. Rett etter påsken ble Resett også svartelistet av Google sitt AdSense-program (Dette er et program som brukes til å vise relevante annonser for leseren), grunnet brudd på brukervilkårene der de oppfordret lesere til å trykke på annonsene (Saue, 2019). Det er rimelig å anta at dette bare er en midlertidig steg tilbake, da det finnes andre alternativer til AdSense, men det er klart at situasjonen per nå ikke er ideell for Resett.

En annen måte medier kan finansieres på er gjennom at lesere selv betaler, enten i form av donasjoner eller i form av abonnement. Dette er også en finansieringsmodell Resett benytter seg av. I tillegg til donasjoner fra vanlige lesere har de også mottatt store summer fra ulike mangemillionærer. Grunnen til disse donasjonene varierer; som regel er de begrunnet med at donor ønsker å bidra til et større meningsmangfold. En annen fellesnevner er at flere av donorene ikke egentlig vet, eller følger med, på hva Resett er (P. N. og J. Skybakmoen, 2019). Derfor mener jeg at det er rimelig å anta at lista for at disse donorene kutter sin støtte er lagt lavt, og at de kommer til å kunne trekke sin støtte om de utsettes for en lignende kampanje som annonsørene ble utsatt for.

Hvis dette skjer vil Resett ha mistet et betydelig inntektsgrunnlag, og videre drift i like stort omfang vil da naturligvis bli mer utfordrende. Det vil neppe være spikeren i kista, for som vi nevnt tidligere har alternative medier tidligere basert seg på frivillig arbeid, men interessen for å fortsette driften vil trolig synke når potensiale for økonomisk gevinst svekkes.

6. Konklusjon

Omfanget av falske nyheter har de senere år økt, og med internett har det fått en langt større rekkevidde. Med økt rekkevidde har også påvirkningskraften økt, hvilket betyr at insentivene for å drive frem falske nyheter for politisk eller økonomisk vinning er forstrekket.

Dette burde forstås som et problem da dette er en kilde til (1) uinformerte velgere. Dette er svært negativt da velgere som ikke nødvendigvis har ressursene til å ta gode valg kan gjøre et valg som strider mot deres egne interesser. Det kan også føre til at valgdeltagelsen synker da større grupper vil føle at de ikke lenger er representert av politikerne og slutter å stemme ved valg fordi de føler at de ikke har noen effekt. Eller man kan ende opp med velgere som tar valget sitt på falske premisser. Her i Norge har falske nyheter en mer begrenset mulighet til å ha noen innvirkning på den demokratiske prosessen. Mye av grunnen til dette er måten Stortingsvalg foregår på, der man har mange flere partier man kan stemme på, som er plassert jevnt utover den politiske aksene. Dette står i kontrast til USA er potensiale straks blir større; med to realistiske valgmuligheter i et presidentvalg trenger man bare å vippe en velger den ene eller andre veien for å få ønsket fordel. Presidentvalget i 2016 var veldig jevnt, antall velgere som måtte vendes eller mobiliseres var derfor lavt. Det er derfor på ingen måte utenkelig at falske nyhetskampanjer var med på å avgjøre valget.

(2) Måten falske nyhetskilder er med på å fremprovosere trusler om vold må også forstås som et problem; dette fordi det er med på å skremme vekk potensielle fremtidige politikere og samfunnsdebattanter som vil kunne føre til et svekket mangfold i fremtiden, i tillegg til at det er med på å bane vei for skaperen av falske nyheter.

Det er viktig å forstå disse to gruppene som separate; de uinformerte velgeren bør også kunne vurderes som et offer for falske nyheters påvirkningskraft, da falske nyheter er designet for å utnytte svakheter i menneskers psykologi. Disse menneskene er da ikke ondskapsfulle. For å hjelpe disse menneskene kreves det at man utvikler verktøy som gjør det lettere å kjenne igjen falske nyheter, i tillegg til at man i større grad burde vurdere å stenge

falske nyhetsaktører ute fra plattformer som Facebook som er et viktig verktøy for å nå ut til store grupper potensielle lesere.

De som sprer trusler om vold burde takles på en annen måte. Her vil også fjerning av plattformer være hensiktsmessig, men hvorvidt dette er gjennomførbart er vel heller tvilsom all den tid de som gir de en plattform har muligheten til økonomisk gevinst, og derfor ikke har noe insentiv for å sette ned foten.

Det er heller ikke utenkelig at problemet vil bli redusert med tid. Dette er både fordi vi vil bli mer vandt til å forholde oss til en evig nyhetsstrøm, der deler av den er heller tvilsom, vi vi med andre ord bli bedre på kildekritikk, samtidig som at kommende generasjoner kommer til å vokse opp med dette og derfor har en bedre evne til å forholde seg til det. Vi har også sett at eldre mennesker i større grad trekkes mot falske nyheter, eller i alle fall deler mer av det. Et generasjonsskifte vil derfor på sikt kunne redusere problemet.

Falske nyheter vil naturligvis fortsette å eksistere, i alle fall i et fritt demokratisk samfunn, og det vil naturligvis fortsette å være høyst relevant i flere år fremover.

Referanseliste:

- 08783: *Holdning til flyktningers og asylsøkeres adgang til å få opphold i Norge. Bør den bli lettere, vanskeligere eller som i dag, etter statistikkvariabel og år. . Statistikkbanken.* (u.å.). Hentet 20. mars 2019, fra <https://www.ssb.no/statbank/table/08783/chartViewColumn/>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Andersen, N. A. (2019a, januar 25). Hatobjektene. *Minerva*.
<https://www.minervanett.no/hatobjektene/>
- Andersen, N. A. (2019b, mai 2). Resett-metoden. *Minerva*. <https://www.minervanett.no/resett-metoden/>
- Anderson, B. R. O. (2016). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism* (Revised edition). Verso.
- Bakir, V., & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154–175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Beauchamp, Z. (2018, desember 5). *Milo Yiannopoulos's collapse shows that no-platforming can work*. Vox.
<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/12/5/18125507/milo-yiannopoulos-debt-no-platform>
- Brandtzæg, P. B. (2018, mars 28). *Alternative medier i vekst*. Dagbladet.no.
<https://www.dagbladet.no/a/69652920>
- Conason, J. (2003). *Big lies: The right-wing propaganda machine and how it distorts the truth* (1st ed). Thomas Dunne Books.
- Downing, J. D. H. (2003). Audiences and Readers of Alternative Media: The Absent Lure of the Virtually Unknown. *Media, Culture & Society*, 25(5), 625–645.
<https://doi.org/10.1177/01634437030255004>

- Downing, J. D. H. (2008). Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique. *Communication, Culture & Critique*, 1(1), 40–50. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2007.00005.x>
- Epstein, R. (2016). *How the internet flips elections and alters our thoughts* – Robert Epstein | *Aeon Essays*. Aeon. <https://aeon.co/essays/how-the-internet-flips-elections-and-alters-our-thoughts>
- European Social Survey (ESS), E. S. S. E. (ESS). (2019). *European Social Survey (ESS), Round 9—2018*. <https://doi.org/10.21338/NSD-ESS9-2018>
- Farrell, J., McConnell, K., & Brulle, R. (2019). Evidence-based strategies to combat scientific misinformation. *Nature Climate Change*, 9(3), 191–195. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0368-6>
- Fuchs, C. (2010). Alternative Media as Critical Media. *European Journal of Social Theory*, 13(2), 173–192. <https://doi.org/10.1177/1368431010362294>
- Garvik, O. (2017). Resett. I *Store norske leksikon*. <http://snl.no/Resett>
- Gentikow, B. (2009). Medienes patologier. *Norske medietidsskrift*, 16(03), 273–282.
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Habermas, J., & Burger, T. (2008). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (reprinted). Polity Press.
- Holm-Nilsen, S., & Tomter, L. (2019, april 19). *Store annonsører svartelister Resett etter Twitter-kampanje*. NRK. <https://www.nrk.no/norge/store-annonsorer-svartelister-resett-etter-twitter-kampanje-1.14521727>
- Innvandring*. (u.å.). ssb.no. Hentet 20. mars 2019, fra <https://www.ssb.no/innvandring-og-innvandrere/faktaside/innvandring>

- Iversen, E. (2019, april 23). *Helge Lurås oppfordret til boikott av medier i fjor. Men når Resett selv «saboteres» er det plutselig problematisk*. Medier24.no. <https://www.medier24.no/artikler/helge-luras-oppfordret-til-boikott-av-medier-i-fjor-men-nar-resett-selv-saboteres-er-det-plutselig-problematisk/463412>
- Jenssen, A. T., & Aalberg, T. (2019). Why perceived political bias on TV does not inevitably lead to a polarized audience. The case of NRK and TV2 in Norway. *Communications*, 0(0). <https://doi.org/10.1515/commun-2018-2022>
- Johnson, J. (2018). The Self-Radicalization of White Men: “Fake News” and the Affective Networking of Paranoia. *Communication, Culture and Critique*, 11(1), 100–115. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcx014>
- Kahan, D. M., Peters, E., Dawson, E. C., & Slovic, P. (2017). Motivated Numeracy and Enlightened Self-Government. *Behavioural Public Policy*, 22.
- LaFrance, S. by A. (2020). The Prophecies of Q. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2020/06/qanon-nothing-can-stop-what-is-coming/610567/>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Levy, N. (2019). *Why no-platforming is sometimes a justifiable position*. Aeon. <https://aeon.co/ideas/why-no-platforming-is-sometimes-a-justifiable-position>
- Liptak, A. (2019, mai 5). *Facebook set up a war room to combat misinformation ahead of Europe’s Parliamentary elections*. The Verge. <https://www.theverge.com/2019/5/5/18530337/facebook-european-parliamentary-election-war-room-misinformation>

- Marchi, R. (2012). With Facebook, Blogs, and Fake News, Teens Reject Journalistic “Objectivity”. *Journal of Communication Inquiry*, 36(3), 246–262. <https://doi.org/10.1177/0196859912458700>
- McChesney, R. W. (2000). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times ; with a new preface by the author*. The New Press.
- Midtbøen, A. H., Steen-Johnsen, K., Thorbjørnsrud, K., Fladmoe, A., Nadim, M., Moe, H., Ihlebæk, K. A., Thorseth, I. E., Colbjørnsen, T., & Enjolras, B. (2017). Boundary Struggles. I *Nordic Open Access Scholarly Publishing*. <https://doi.org/10.23865/noasp.16>
- Newton, C. (2016, desember 15). *Facebook partners with fact-checking organizations to begin flagging fake news*. The Verge. <https://www.theverge.com/2016/12/15/13960062/facebook-fact-check-partnerships-fake-news>
- Nicas, J. (2018, november 26). Alex Jones Said Bans Would Strengthen Him. He Was Wrong. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/09/04/technology/alex-jones-infowars-bans-traffic.html>
- NTB | Resett. (u.å.). Hentet 10. mai 2019, fra <https://resett.no/author/ntb/>
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(12), 1865–1880. <https://doi.org/10.1037/xge0000465>
- Prior, M. (2005). News vs. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout. *American Journal of Political Science*, 49(3), 577–592. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2005.00143.x>
- Rauch, J. (2007). Activists as interpretive communities: Rituals of consumption and interaction in an alternative media audience. *Media, Culture & Society*, 29(6), 994–1013. <https://doi.org/10.1177/0163443707084345>

- Riebling, J. R., & Wense, I. von der. (2019). Framing the mass media: Exploring 'fake news' as a frame embedded in political discourse. *Journal of Alternative and Community Media*, 4(1), 57–76.
- Saue, O. A. (2019, april 23). *Google blokkerer Resett: Alle annonser er borte, og annonsørane får pengar refundert*. Medier24.no. <https://www.medier24.no/artikler/alle-annonser-vekke-fra-resett-permanent-blokkert-fra-adsense-seier-luras/463496>
- Skybakmoen, J. (2019, mars 15). *Resetts kommentarfelt etter massedrapene: – Motstandsfolk, ikke terrorister*. Filter Nyheter. <https://filternyheter.no/resetts-kommentarfelt-etter-massedrapene-motstandsfolk-ikke-terrorister/>
- Skybakmoen, P. N. og J. (2019, mars 18). *Hvorfor investere i Resett? Vi spurte rikingene som har finansiert «dugnaden» til Helge Lurås*. Filter Nyheter. <https://filternyheter.no/hvorfor-investere-i-resett-vi-spurte-rikingene-som-har-finansiert-dugnaden-til-luras/>
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5), 2028–2049. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- Waldrop, M. M. (2017). News Feature: The genuine problem of fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(48), 12631–12634. <https://doi.org/10.1073/pnas.1719005114>

