

Benjamin Andersen Bekken

## Gruppeidentitet – En case-studie av Midtnorsk debatts Facebook-gruppe.

Hvilken rolle spiller gruppeidentitet for engasjement i den midtnorske debatten?

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Guri Ellen Hanem

Mai 2021



Adresseavisen – Midtnorsk debatt



Benjamin Andersen Bekken

## **Gruppeidentitet – En case-studie av Midtnorsk debatts Facebook-gruppe.**

Hvilken rolle spiller gruppeidentitet for engasjement i den midtnorske debatten?



Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Guri Ellen Hanem  
Mai 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap



Kunnskap for en bedre verden



## **Innholdsfortegnelse**

<b>1. SAMMENDRAG .....</b>	<b>2</b>
<b>2. AKTUALISERING OG PROBLEMSTILLING .....</b>	<b>3</b>
<b>3. TEORI.....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 IDENTITETSKONSTRUKSJON .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 VIRTUELT FELLESKAP.....</b>	<b>6</b>
<b>3.3 EKKOKAMMER OG FILTERBOBLER .....</b>	<b>7</b>
<b>4. METODE .....</b>	<b>8</b>
<b>4.1 CASE-STUDIE .....</b>	<b>8</b>
<b>4.2 UTVALG OG INTERVJU .....</b>	<b>9</b>
<b>4.3 UTFORMING OG GJENNOMFØRING .....</b>	<b>10</b>
<b>5. ANALYSEMATERIALE OG DRØFTING .....</b>	<b>12</b>
<b>5.1 DEN SAMFUNNSENGASJERTE IDENTITETEN.....</b>	<b>12</b>
<b>5.2 SAKER SOM ENGASJERER.....</b>	<b>16</b>
<b>5.3 EN AV DE FØRSTE .....</b>	<b>19</b>
<b>5.4 EN POSITIV UTVIKLING .....</b>	<b>20</b>
<b>6. KONKLUSJON.....</b>	<b>21</b>
<b>REFERANSELISTE.....</b>	<b>23</b>

## 1. Sammendrag

Denne oppgaven undersøker hvilken rolle gruppeidentitet spiller for engasjementet i den midtnorske debatten ved å analysere Adresseavisens Facebook-gruppe Midtnorsk debatt. Case-studien er gjort ved å ha kvalitative intervjuer med et bestemt utvalg medlemmer av gruppen, kvantitativt innhold i form av statistikk fra gruppen, sammenligne gruppen opp mot andre kommersielle aktører og ved å ha egne observasjoner av forfatteren. Forskningsresultatet viser at gruppeidentitet spiller en stor rolle for engasjement i gruppen, da samfunnsengasjerte mennesker er villige til å delta i debatter hvor det er et bedre debattmiljø, uten personangrep og hets. Noe som den lukkede Facebook-gruppefunksjonen legger opp til ved at man kan sette regler for publisering og adgang til gruppen, i tillegg skaper gruppefunksjonen varsler for medlemmene og møter dem på en plattform der de allerede er. Samtidig viser oppgaven at det ikke bare er forholdene som må legges til rette for å skape engasjement, men at sakene og temaene som det debatteres om må være engasjerende nok for at medlemmene skal delta. Oppgaven gir Adresseavisen god innsikt i hvordan debattsatsningen deres foregår, spesielt med tanke på at de er en av de første kommersielle aktørene til å gjennomføre en slik satsning.

## 2. Aktualisering og problemstilling

Gjennom de siste årene har tilstedeværelsen til de sosiale nettverkstjenestene stadig tatt mer plass i det offentlige rom. Mulighetene for å skaffe seg informasjon, og drivkraften til å produsere informasjon for økonomisk gevinst er en av grunnene til at vi lever i det mange kaller et informasjonssamfunn (McQuail, 2010, s. 104-105). I en undersøkelse av medietilsynet står det at ni av ti 9-18-åringer konsumerer nyheter på sosiale medier i Norge (Medietilsynet, 2020), og ifølge en undersøkelse av Reuters Institute for the Study of Journalism ved Universitetet i Oxford, som tar for seg medievaner til en rekke forskjellige land verden over, så er mobilen nordmenns viktigste medium. Facebook er den viktigste nyhetskilden blant de sosiale mediene og gjelder for alle aldersgruppene i Norge (NTB, 2019). I en verden hvor falske nyheter, ekkokamre og polarisering er med på å true demokratiet vårt, er det helt avgjørende at mediehusene i dag må bruke de sosiale nettverkstjenestene for å videreformidle sitt budskap, men hvordan gjør man dette på rett vis? Adresseavisen er en av mange lokalaviser i Norge som aktivt bruker disse nettverkstjenestene for å fremme sin journalistikk. En av deres storsatsninger er Midtnorskdebatt.no, som har som hovedmål å tilrettelegge for en enda bedre, bred, folkelig og opplyst debatt i Midt-Norge (Sandvik, 2020). Ett år etter denne lanseringen forsterker de satsningen ved å invitere enda flere til å delta i debatten ved å skape en Facebook-gruppe, hvor alle som er medlem kan delta i diskusjonen (Sandvik, 2021). Med dette som bakgrunn vil problemstillingen i oppgaven være:

*“ Hvilken rolle spiller gruppeidentitet for engasjement i den midtnorske debatten? ”*

Bacheloroppgaven er et samarbeid med Adresseavisen og har som formål å undersøke hvordan gruppeidentitet og tilhørighet til gruppen på Facebook kan skape mer engasjement og ytringer rundt Adresseavisens satsning på Midtnorsk debatt. Hvorfor vil folk melde seg inn i en slik gruppe og bidrar det til mer debatt? Siv Sandvik (2020) som er politisk redaktør i Adresseavisen skriver selv i et innlegg på Midtnorskdebatt.no at det var tre grunner til at Adresseavisen satser på debatt:

1: I ei tid der tilliten til landets folkevalgte synker, mener vi at det er viktig å tilby en plattform der vanlige velgere kan komme til orde og kreve svar fra politikere og andre beslutningstakere. Hos oss skal det være høyt under taket og rom for sterke meninger, samtidig som vi unngår personangrep og hets.

2: Stadig flere leser vårt debattstoff, våre kommentatorer og spaltister. Nå samler vi alt på ett nettsted, slik at det blir lettere for våre lesere å få oversikt – og selv delta i debatten.

3: I vår avis har vi en sterk tradisjon for å slippe mange til på debattplass, enten det er bonden fra Røros, alenemoren fra Stjørdal, gründeren fra Fosen, forskeren fra Trondheim eller lokalpolitikeren fra Røyrvik. Vi fortsetter i det samme sporet. Denne miksen er svært viktig for å oppfylle samfunnsoppdraget. Ikke alle når frem på nyhetsplass – nå rydder vi mer plass for dem! (Sandvik, 2020).

Oppgaven går ut ifra disse tre argumentene og forsøker å finne et svar på om Facebook-gruppen kan bidra til dette grunnlaget. Dette gjøres ved å først presentere og forklare teoriene bak identitetskonstruksjon, som sier noe om mediebruk og mediepåvirkningen som blir i større grad forklart ut fra individuelle skiller og selvforståelsen til mennesker i dag. Videre vil oppgaven redegjøre for hva et virtuelt fellesskap er og hvordan den virtuelle-fellesskapskulturen la grunnlaget for de sosiale nettverkstjeneste vi har i dag. Samtidig vil oppgaven forklare teoriene rundt taushetsspiralen, som beskriver tendensene til de som tenker at de holder på et minoritetsperspektiv og som de ikke vil snakke om i det offentlige, samt det motsatte med teoriene rundt ekkokammer, som beskriver det at man får høre og bekreftelse på de synspunktene man allerede innehar, i tillegg til filterbobler, som er en metafor på hvordan mennesker velger helst den informasjonen som passer deres preferanser. Med denne teorien som grunnlag vil oppgaven redegjøre for valg av metode, samt argumentasjonen rundt analysen, der det er gjort kvalitative intervjuer av et bestemt utvalg medlemmer i Facebook-gruppen Midtnorsk debatt, for å få en bedre forståelse av hva folk mener og føler angående lanseringen. Samtidig tar oppgaven for seg kvantitativt innhold i form av statistikk, som vil kunne si noe om nøyaktige målinger på engasjement og deltakelse i gruppen. I tillegg vil mine observasjoner og sammenligninger med andre kommersielle grupper være med å støtte oppgaven. Til slutt vil det presenteres en konklusjon som knytter sammen analysen og teorien, som vil kunne bidra til Adresseavisens videre satsning på Midtnorsk debatt.



## 3. Teori

### 3.1 Identitetskonstruksjon

I denne oppgaven er det relevant å se på hvordan en identitet konstrueres, og hvilken rolle det spiller for at folk er villige til å dele meninger og ytringer i offentligheten. Opp gjennom tiden har samfunnet vært fast bestemt på at individer må mer eller mindre følge de tradisjonelle normene med definerte roller i samfunnet. Dette har forandret seg, og modernitetsteoretikere slik som Anthony Giddens (1991) beskriver det som at vi nå befinner oss i et post-tradisjonelt samfunn hvor vi må finne ut av disse rollene selv. Giddens argumenterer for at identiteten vår må konstrueres og er ikke noe som er fastsatt ved fødselen. Identiteten er refleksivt skapt og konstruert av individet selv (Gauntlett, 2008, s. 105-106). Denis McQuail (2010) argumenterer for at begrepet identitet er den spesifikke karakteriseringen av en person eller et sted, beskrevet av seg selv eller andre, i henhold til biografiske, sosiale, kulturelle eller andre trekk. Han legger vekt på at kommunikasjon er en nødvendig forutsetning for å forme og opprettholde identiteten, på samme måte som det kan svekke eller undergrave den. McQuail mener at massekommunikasjon er en av flere medvirkende faktorer ved identitetskonstruksjonen (McQuail, 2010, s. 558). Blant annet var koblingen mellom ekte og virtuell identitet virkelig avgjørende i den tidlige forståelsen av den digitale interaksjonen på nett (Lindgren, 2017, s. 72). Dette er fortsatt aktuelt i dag med tanke på at sosiale medier har blitt drevet av en bestemt type identitetskonstruksjon, kalt selvmediering, hvor det brukerne legger ut, deler og liker skaper et forkortet øyeblikksbilde av hvordan de ønsker å bli sett. Denne selvformidlingen var mulig før internettperioden også, men konvergerende teknologier gir en plattform for global, interaktiv og kommersiell kommunikasjon, i en skala og i en hastighet som hittil ikke har vært mulig bortsett fra for privilegerte eliter i samfunnet (Khamis, Ang, & Welling, 2017, s. 7).

Nå som identitetene er refleksivt skapt, er de ikke konstruert på en bestemt måte, men inneholder heller flere identiteter som er kulturelt betinget og kontekstuelle i den spesifikke situasjonen man befinner seg i. Hvilken identitet som blir fremtredende i en gitt situasjon avhenger av faktorer, som nivået på en persons forpliktelse til en bestemt identitet. Når en person deler en viss identitet med et større antall mennesker, har hans eller hennes forpliktelse til den identiteten en tendens til å være høyere, og denne identiteten vil sannsynligvis være mer fremtredende (Criado, Rashid, & Leite, 2016, s. 212). I forbindelse med denne argumentasjonen rundt identitet vil oppgaven ta utgangspunkt i begrepet «sosial innflytelse» (social influence), hvor forskere som Chih, Hsu og Liou (2016) definerer begrepet som å være en påvirkning i en

beslutningsprosess. Individuer vurderer altså ikke over en sak helt alene, men også i de nærliggende omgivelsene og sosiale gruppene de tilhører (Chih, Hsu, & Liou, 2016, s. 994). De argumenterer for at når individer samhandler i en gruppe skaper det endringer i holdninger og adferd, noe som også er relevant å drøfte i sammenheng med oppgavens problemstilling. Identitet og sosial innflytelse vil derfor hjelpe til med å beskrive hvordan de ulike individene velger å ytre seg i Facebook-gruppen, samt belyse hvordan individene bruker en form for selvmediering i debatten.

### **3.2 Virtuelt fellesskap**

Fellesskap og sosiale nettverk har vært til stede så lenge samfunnet har eksistert. Dette kommer av at mennesket har et sterkt ønske om å knytte seg til forskjellige type assosiasjoner eller grupper. Dette gjelder ikke bare mennesker, men også dyr, helt ned på mikrobiologisk nivå. Sosiale nettverk er en grunnleggende del av naturen (Lindgren, 2017, s. 95-96), men også en grunnleggende del av internett. Ifølge Manuel Castells (2001) var det fire grunnleggende kulturer som skapte internett, hvor en av disse kulturene var den virtuelle fellesskapskulturen, som omhandlet hvordan de tidligste brukerne av internettet skapte virtuelle fellesskap. Disse fellesskapene var kilder til de verdiene og holdningene som har skapt de sosiale organisasjonene vi har i dag (Castells, 2001, s. 52-55). McQuail argumenterer blant annet for at hovedidéen til virtuelle fellesskap er at de kan bli skapt av alle individer som har tilgang til internett, der de kan skape og dele noe av egen fri vilje eller som svar på et eller annet behov (McQuail, 2010, s. 149-150). Han definerer virtuelle fellesskap nærmere som en gruppe eller individer med nære personlige assosiasjoner, som er skapt online av deltakere på internett for å utveksle tanker og diskusjoner. McQuail beskriver også at de virtuelle fellesskapene har mye i likhet med de fysiske fellesskapene, men at denne sosialiseringen ofte forekommer uten noen form for fysisk kontakt eller at de kjenner noen av de andre medlemmene i fellesskapet (McQuail, 2010, s. 573).

Disse virtuelle fellesskapene på de sosiale nettverkstjenestene har blitt teoretisert om å være den siste generasjonens offentlige sfære, hvor brukerne deler, diskuterer og bidrar til dannelsen av nyheter. Medieorganisasjoner har omfavnet de sosiale mediene som en måte å distribuere nyhetene sine på og til å få kontakt med publikummet sitt. Det gir i tillegg en rekke mekanismer for brukere å dele og anbefale nyhetsinnhold på, som er veldig viktig i dagens informasjonssamfunn (Hermida, Fletcher, Korell, & Logan, 2012, s. 815-817), spesielt med

tanke på hvor mange mennesker som bruker de sosiale nettverkstjenestene. I juli 2018 ble det estimert at rundt 2,34 milliarder mennesker brukte Facebook på en jevnlig basis verden over (Braasch, Buchwald, & Hobfoll, 2019, s. 101), og en av deres mest populære tjenester på plattformen er gruppefunksjonen. Braasch, Buchwald og Hobfoll (2019) har forsket på disse Facebook-gruppene og argumenterer for at det er flere årsaker til at folk blir med og oppretter slike Facebook-grupper, men at i bunn og grunn ligger det i at brukerne vil oppnå en eller annen form for ressursgevinst. Gjerne i form av kjøp eller salg av gjenstander, utveksling av informasjon eller andre personlige årsaker hvor Facebook-gruppen fungerer som et mellomledd (Braasch, Buchwald, & Hobfoll, 2019, s. 104). Virtuelle fellesskap vil derfor i denne oppgaven være med å forklare hvorfor mennesker vil ta del av en større gruppe mennesker på internett, og gi en forklaring på hvorfor de melder seg inn i en gruppe slik som Midtnorsk debatt – oppnår de en eller annen form for ressursgevinst også i denne gruppen?

### **3.3 Ekkokammer og filterbobler**

I mange år nå har forskere kontinuerlig forsøkt å forutsi den pågående fragmenteringen og polariseringen av mediepublikummet, siden når mennesker blir møtt med en overflod av informasjon, så velger folk helst den informasjonen som passer deres egne preferanser (Riles, Pilny, & Tewksbury, 2018, s. 1416). Dette perspektivet ble definert som filterboblen av aktivisten Eli Pariser (2011) og beskrives å være en metafor for hvordan algoritmene er designet, slik at de personlige søkene man får er basert på hva søkeren ser etter og ofte så blir det reflektert i interesser, lokasjoner og hva folk på internettet har søkt før dem. Dette er en verdifull tjeneste, men er samtidig en potensiell trussel (Dutton, Reisdorf, Dubois, & Blank, 2017, s. 3; Davies, 2018, s. 637-638). Filterbobler henger ofte sammen med begrepet ekkokammer, som beskrives å være en metafor for et rom der mange individuelle samles for å diskutere ting de allerede er enige og har meninger om. Derifra forklaringen et ekkokammer, siden individene får høre akkurat det de vil høre (Dutton, Reisdorf, Dubois, & Blank, 2017, s. 4-5). Den største forskjellen på en filterboble og et ekkokammer er at i en filterboble er man alene, men i et ekkokammer kan man ikke være alene.

Definisjonen rundt ekkokammer skal sies å ha oppstått på grunn av sosiale medier, men dette er ikke sant, da argumentasjonen rundt dette har pågått lenge. Et av de tidligere konseptene er taushetsspiralen (The Spiral of Silence) som ble først brukt av Elisabeth Noelle-Neumann (1974). Den beskriver tendensen til å tro man har en minoritetsmening og at man derfor ikke

tør å dele den offentlig, noe som øker den dominerende «meningen» i samfunnet. Slik oppstår «Spiraleffekten». Hypotesen er basert på redselen for isolasjon (McQuail, 2010, s. 519; Noelle-Neumann, 1974). Dette perspektivet ser man ofte i sammenheng med dagsordenfunksjonen, som ble definert av McCombs og Shaw (Shaw & McCombs, 1972). Dagsordenfunksjonen omhandler hva publikum og mediene anerkjenner som viktige nyheter i samfunnet. Altså hvis mediene viser en nyhetssak oftere enn andre, så tror publikum at dette er viktigere og mediene tror dette er viktigere siden publikum også tror det (McQuail, 2010, s. 512). Alle disse perspektivene legger grunnlaget for teorien i oppgaven og gir en forståelse av hvorfor det er viktig med en åpen og ærlig debatt. Da den kan bidra til å motvirke ekkokammere og teorien rundt taushetsspiralen, samtidig som å løfte flere saker på dagsorden, som vanligvis ikke ville vært løftet frem. Dette er spesielt viktig med tanke på mediernes og Adresseavisens rolle som den fjerde statsmakt og bidragsyter til samfunnet.

## **4. Metode**

### **4.1 Case-studie**

En vitenskapelig metode er en systematisk fremgangsmåte som har til hensikt å vise leseren hvordan man kan gjenta undersøkelsen og få premissene for samme resultat slik som i oppgaven (Rienecker & Stray Jørgensen, 2018, s. 187). I denne oppgaven er det gjennomført en case-studie, som i seg selv er mye mer omfattende enn å gjennomføre kun et begrenset antall kvalitative intervjuer. En case-studie er en undersøkelse som går ut på å undersøke en empirisk avgrenset enhet (Grenness, 2020, s. 53), som i denne oppgaven er Facebook-gruppen Midtnorsk debatt. Likevel mener professor Tor Grenness (2020) at det ikke er nok å undersøke en avgrenset enhet for å kalle noe en case-studie. Ifølge han må den valgte «casen» studeres ved hjelp av flere datakilder for at en mest mulig grundig og detaljert undersøkelse skal kunne sikres (Grenness, 2020, s. 53). Grenness argumenterer for at det er et rikt og detaljert datamateriale som skiller case-studien fra andre type undersøkelser. Han kaller begrepet for metodetriangulering, hvor kombinasjonen av kvantitative og kvalitative metoder er et godt eksempel (Grenness, 2020, s. 56). Selv om en case-studie kan gi god innsikt i Facebook-gruppen er det også viktig å bemerke seg at man kunne benyttet seg kun av kvalitative intervjuer med et større antall mennesker, eller en kvantitativ innholdsanalyse ved å innhente informasjon fra en spørreundersøkelse i gruppen. Disse to metodene ville også gitt veldig god innsikt i Facebook-gruppen, men ville ikke ha knyttet sammen gruppeidentitet og engasjement i like stor grad som en case-studie der man kombinerer metodene gjør.

I denne oppgaven er det gjennomført kvalitative intervjuer med et bestemt utvalg av medlemmene i Facebook-gruppen Midtnorsk debatt. Deltakerne er utvalgt på grunnlag av medlemskapet, men også på grunnlag av alder for å innhente et mer nyansert og helhetlig bilde av deres forståelse av Facebook-gruppen. Informantene er innhentet ved at jeg opprettet et innlegg i Facebook-gruppen, hvor noen av medlemmene tok kontakt med meg og ville delta frivillig i undersøkelsen, andre ble kontaktet direkte av meg. I tillegg til å ha kvalitative intervjuer inneholder også oppgaven kvantitativ data fra Facebook-gruppen. Det vil si statistikk som tar for seg alt i fra likerklipp, interaksjoner, lesertall, kommentarer og eventuelle tidspunkt som er mest populære også videre. Disse tallene ble brukt i oppgaven for å skape en dypere forståelse av hva som skaper mest engasjement i Facebook-gruppen. Dette legger også grunnlaget for å sammenligne Facebook-gruppen opp mot andre Facebook-grupper eller debattsatsninger med kommersielle eiere, for å se om det er noen forskjeller eller likheter. Til slutt har jeg også vært medlem siden lanseringen av denne gruppen og derfor vil min observasjon utover tid også være med på å støtte oppgaven. Med disse datakildene som utgangspunkt kan man trygt kalle denne oppgaven en case-studie med Grenness sin betegnelse som utgangspunkt. Det er flere styrker og svakheter ved å velge en case-studie. Styrken med en case-studie er at den kan gi en rik og nyansert kunnskap om gruppen jeg skal analysere, men svakheten med en slik undersøkelse er at den ikke gir noe grunnlag for generalisering, men gjør heller leseren i stand til å gjøre seg opp sin egen mening (Grenness, 2020, s. 56).

## **4.2 Utvalg og intervju**

Gjennomføringen av kvalitative intervjuer kan gjøres på mange forskjellige måter (Grenness, 2020, s. 46-47). I denne oppgaven har jeg skaffet informanter til oppgaven slik som beskrevet ovenfor. Videre har jeg kontaktet informantene på Facebook-messenger, hvor jeg så fikk deres mailadresse. På mail fikk de beskjed om hva oppgaven går ut på, hva problemstilling var, personvernet deres i henhold til Norsk senter for forskningsdata og spørsmålene som skulle stilles i intervjuet. Deretter ble intervjuet avtalt. Intervjuet er gjennomført via telefon på grunnlag av den pågående Covid-19 pandemien som foregår (Folkehelseinstituttet, 2021). Fordi det gjør det vanskelig for ansikt-til-ansikt interaksjon i person kunne jeg valgt å gjennomføre intervjuet på en digital plattform, slik at informanten og jeg likevel kunne se hverandre. Dette ble valgt bort da jeg synes at man kan få like gode og utfyllende svar på et muntlig intervju via

telefon. Det man eventuelt mister er muligheten til å få med seg ting som utseende og kroppsspråk (Grenness, 2020, s. 48), noe jeg ikke anser som nødvendig i denne oppgaven.

Metoden i undersøkelsen er basert på et utvalg på tre personer. Utvalget er kun kvinner, noe som er en ulempe for å få et bredt perspektiv og synsvinkel på oppgaven med tanke på kjønn. Intervjuene er gjennomført muntlig med en strukturert intervjuguide, med forhåndsbestemte spørsmål. Ved gjennomføringen av muntlige intervju var det også mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål. Spørsmålene er relativt åpne noe som gjør at informantene har mulighet til å utdype tankene og forståelsene sine rundt temaene. Alle intervjuene er tatt opp med en lydopptaker, noe som gjør det enklere for intervjuer å være del av samtalen, samt stille oppfølgingsspørsmål. Det som er ulempen ved bruk av en lydopptaker, er at det kan påvirke informantenes holdninger og hvordan de fremstiller svarene sine. Lydopptaket er transkribert ord for ord i et dokument slik at alt det informantene har uttalt seg om og som er nyttig for oppgaven er med i undersøkelsen. For å anonymisere informantene i oppgaven har hver person fått sitt eget kodenavn som skal brukes videre i oppgaven. Kodenavnene viser til kjønn og alder som vist i tabellen under:

Kodenavn	Kjønn	Alder
D26	Dame	26
D43	Dame	43
D37	Dame	37

### 4.3 Utforming og gjennomføring

Under forskningsarbeid er begreper som validitet, objektivitet og reliabilitet viktig for å vise at oppgaven er transparent og detaljrik. Validitet og reliabilitet omhandler for det meste at en undersøkelse er gyldig, og at den er til å stole på. Objektivitet forklarer at undersøkelsen tilfredsstillende gjeldende normer for hva som kjennetegnes som en strukturert oppgave (Grenness, 2020, s. 72-73). Oppgaven forsøker å styrke reliabiliteten og validiteten i denne undersøkelsen ved å gå gjennom prosessene som er gjort steg for steg.

Innhenting av kvalitativt datamateriale i denne oppgaven har først og fremst foregått i månedsskiftet mars-april 2021. Samtlige informanter i denne oppgaven hadde vært medlem siden begynnelsen av denne gruppen. Det var en av grunnene til at disse informantene ble valgt

over andre informanter jeg tok kontakt med, siden jeg antok at disse hadde mer innsikt i gruppen. Facebook-gruppen Midtnorsk debatt ble lansert 15. Februar 2021 (Sandvik, 2021), så informantene som har vært med på de kvalitative intervjuene har vært medlem av Facebook-gruppen i litt over en måned ved gjennomføringen av intervjuet. Det var et ganske gunstig tidspunkt å gjennomføre intervjuene på, da alle informantene hadde gruppens førsteinntrykk ferskt i minne, men likevel hadde det gått lang nok tid til at de hadde gjort seg opp en mening om satsningen. Intervjuene ble gjennomført på telefon, ved at jeg satte meg i et lukket rom slik at personvernet kunne overholdes, siden jeg måtte bruke høyttalerfunksjonen for å få lydopptakeren til å ta opp lyden. Alt av personvern og samtykkeerklæring ble sendt på mail til informantene i forkant av intervjuene slik at intervjuene kunne starte uten noen problemer. Hvert intervju begynte med en kort prat om hvordan personene hadde det, som bidro til å løse opp stemningen. Når informantene ble informert om at lydopptakeren var i gang begynte intervjuet som varte i gjennomsnitt i litt over 30 minutter. Samtalen begynte først og fremst med deres forhold til Adresseavisen, for så å diskutere rundt Facebook-gruppen. Rollen min var å stille spørsmål og følge opp det informanten sa, slik at vi alltid holdte oss innenfor tema. Jeg transkriberte intervjuene kort tid etter de var gjennomført da jeg fortsatt hadde intervjuene ferskt i minne. I tillegg har jeg sendt de transkriberte dokumentene til informantene mine for godkjenning, slik at de står inne for det de sier i oppgaven.

De kvantitative dataene gjelder fra dagen før lansering, som er 14. Februar 2021 til 8. April 2021, og har blitt sendt til meg på mail fra en representant i Adresseavisen i begynnelsen, midten og ved slutten av arbeidet mitt med bacheloroppgaven, slik at jeg har de bestemte tallene fra lansering til kort tid før levering av undersøkelsen. Sammenligningen av Midtnorsk debatt, og andre Facebook-grupper, samt debattsatsninger ble også undersøkt kontinuerlig under forskningsperioden. Sammenligningen er basert på mine observasjoner fra min personlige Facebook-profil, hvor jeg meldte meg inn i disse forskjellige gruppene og observerte de over tid. Gruppene jeg sammenlignet med var driftet av en kommersiell eier og måtte legge opp til en eller annen form for diskusjon. Observasjonene som er gjennomført av Midtnorsk debatt-gruppen er mitt personlige førsteinntrykk av gruppen ved lansering og min hverdagslige oppfatning av gruppen, som sier noe om hvordan man får varslinger på Facebook, hvordan innlegg publiseres i nyhetsstrømmen din og hva som kan dukke opp i min personlige Facebook basert på mine tilpassede algoritmer.

## 5. Analysemateriale og Drøfting

Dette kapitlet vil presentere analysemateriale som er innhentet gjennom fire deler. Den kvalitative analysen vil presenteres først, hvor materiale er presentert hovedsakelig gjennom ordrette sitater og tilknyttet teori. Så vil det bli knyttet opp mot den kvantitative statistikken fra gruppen, som kan vise tilbake til det informantene argumenterte, samt komme med nye perspektiver. Etterpå vil analysemateriale sammenligne debattsatsningen med andre Facebook-grupper og til slutt knytte det opp mot mine egne observasjoner.

### 5.1 Den samfunnsengasjerte identiteten

I Sandviks beskrivelse i innledningen av denne oppgaven argumenterte hun for at de skulle invitere flere deltakere til debattplass og man skulle få lov til å ytre sterke meninger, uten personangrep og hets. I tillegg til at dette var et av samfunnsoppdragene til Adresseavisen, som ble grunnlaget til hvorfor Adresseavisen satser på debatt (Sandvik, 2020). To av informantene ble invitert inn i gruppen av noen de kjenner, mens en av informantene meldte seg inn selv når hun så et innlegg på Adresseavisen sine nettsider. Det var derfor interessant å finne ut hvorfor de ville bli medlem og om de følte noen tilhørighet til gruppen. I spørsmålet om informantene følte noen gruppeidentitet til Facebook-gruppen fikk undersøkelsen et ganske så godt svar:

D37: (...) Det er veldig vanskelig å få til et gruppefellesskap i en gruppe som er så bredt anlagt da. Nei jeg føler egentlig ikke noen gruppetilhørighet, men jeg leser heller på kommentarfeltet her enn på den åpne Adresseavisen siden.

D26: (...) Jeg føler jo jeg kjenner Terje gjennom å høre på denne her podcasten, men jeg føler ikke at jeg har noen tilhørighet til gruppen som sådan.

D43: (...) Jeg føler ingen stor gruppetilhørighet. Jeg er medlem av flere grupper der jeg i varierende grad jeg føler meg som et gruppemedlem. (...) Jeg føler heller ikke noe press til å delta i debatten siden jeg er medlem i denne gruppen. For siden jeg er medlem av flere grupper, så føler jeg det er mer som en informasjonskanal enn det er en gruppe med folk jeg har en tilhørighet til.

En Facebook-gruppe slik som Midtnorsk debatt kan klart defineres som et virtuelt fellesskap, hvor medlemmene vil oppnå en eller annen form for ressursgevinst. Denne ressursgevinsten er



ikke en fysisk materiell ting, men kommer i form av å være «oppdatert» på det som skjer i lokalsamfunnet. Ressursen de innmeldte i gruppen ønsker seg er rett og slett informasjon. Innsamling av informasjon er ikke lenger avhengig av tid eller rom. Dermed kan gruppe-medlemmene skaffe seg informasjon når de vil og skrive i gruppen når de vil bidra med noe, på deres premisser (Braasch, Buchwald, & Hobfoll, 2019, s. 109-110). Dette kommer godt fram i møte med informantene i undersøkelsen:

D43: Jeg er ganske så samfunnsengasjert, hvert fall innom en del områder da, (...) så jeg vil jo gjerne få med meg det som skjer, men ikke nødvendigvis for å kommentere så mye selv i kommentarfeltene, men av og til er det aktuelt det også. Det å se litt hva som rører seg og hva som formidles i samfunnet er litt av hvorfor jeg hadde lyst til å bli medlem.

Sosiale medier er et ekstremt forbruker-sentrisk rom, fordi enkeltpersoner aktivt søker etter ressursene de er mest interessert i. Dette gjør at nesten alle viser en bestemt form for selvmediering når de uttrykker seg på nett (Khamis, Ang, & Welling, 2017, s. 194-195). Alle informantene i undersøkelsen viste også denne formen for identitetskonstruksjon når de ble spurt om hvorfor de ville bli medlem av denne gruppen. De identifiserte seg selv som samfunnsengasjerte og var gjerne politisk aktive. Slik som beskrevet av disse informantene:

D26: Det er vel kanskje på grunn av at jeg har hatt et engasjement som samfunnsdebattant da og har deltatt aktivt, i tillegg til å være politisk engasjert. Jeg har sittet med politiske verv.

D37: Jeg er innom veldig sporadisk, men stort sett synes jeg innholdet er veldig bra, men jeg kjenner at ... Nå har jeg bakgrunn som politisk aktiv og er ikke redd for å stikke meg fram og si hva jeg mener, men jeg synes ikke det er veldig tiltalende å være aktiv i debatter på nett. For jeg synes at folk er så ufine. Jeg synes det ser ganske greit ut her og jeg har vært med å delta litt. Men jeg gjør det bare når jeg føler for det på en måte.

I informantenes argumentasjon for å være medlem av gruppen ser man også hvordan sosial innflytelse spiller inn på deres rolle i den Midtnorske debatten. For i et virtuelt fellesskap genereres en følelse av fellesskap først når medlemmene har tillitt til gruppen, samt gjenkjenner likheter med de andre og har lyst til å fortsette å samhandle med de andre i fellesskapet (Chih,

Hsu, & Liou, 2016, s. 997). Dette kommer godt fram i møte med informantene. Ikke bare endrer de adferden sin basert på hvordan de uttrykker seg generelt på internett, men også holdningene sine til andre som gjør det, slik informanten beskriver nærmere her:

D37: Jeg er vel sånn at jeg er generelt opptatt av det som foregår på nyhetene og det som foregår rundt meg. Jeg leser også Adressa hyppig og har skydd Adresseavisen på de åpne sidene deres på sosiale medier. Det er de samme kranglefantene overalt og de er gjerne ute etter å ta journalisten eller ikke saken da, ikke diskutere altså og det skyr jeg unna. Særlig når du er ung og kvinne som stikker seg fram. Jeg gidder ikke å risikere å få den backlashen med stygge meldinger og sånn. Det skal være noe helt ekstremt for at jeg skal gidde å delta i saker på Adresseavisen på saker slik som det der. Det er helt uaktuelt.

Informanten tar rett og slett avstand fra Adresseavisens offentlige sider på grunn av risikoen for å bli trakassert. De beskriver det som om at kommentarfeltet er et ekkokammer, hvor de som har samme meninger samles og ytrer seg. Dette representerer en sosial prosess, som ofte er referert som å være en «partisk bekreftelse» (confirmation bias), som tiltrekker seg mennesker til informasjon som heller bekrefter enn å utfordre deres synspunkter (Dutton, Reisdorf, Dubois, & Blank, 2017, s. 4). Når informantene fikk spørsmålet om å beskrive en vanlig person som kommenterer på den offentlige Facebook-siden til Adresseavisen, selv om de syntes det var skummelt å kategorisere folk, så svarte informantene dette:

D26: Der tenker jeg det ikke nødvendigvis er folk som har lett tilgang til spalter eller til redaksjonen. Folk som ikke kunne tenkt seg å skrive en lengre tekst og heller kunne tenke seg å skrive en enkel kommentar på Facebook isteden. Gjerne for å ventilere eller få ut en eller annen frustrasjon.

D43: Det er en voksen FRP-er som er sterkt imot innvandring fra ikke-vestlige land og imot feminisme liksom og som er veldig motstandere av MDG og drivstoffavgifter, men det er vel den typiske kommentatoren jeg har i hodet mitt.

D37: Favoritten min er de her som er godt voksne hvite menn som har gjerne på profilen sin at de har gått livets harde skole og har gjerne et profilbilde med flagg på og som bare

er ute etter å lage dårlig stemning, siden de kommenterer på absolutt alt. Det er ikke mulig å vite eller være interessert i absolutt alt de kommenterer, men det gjør de.

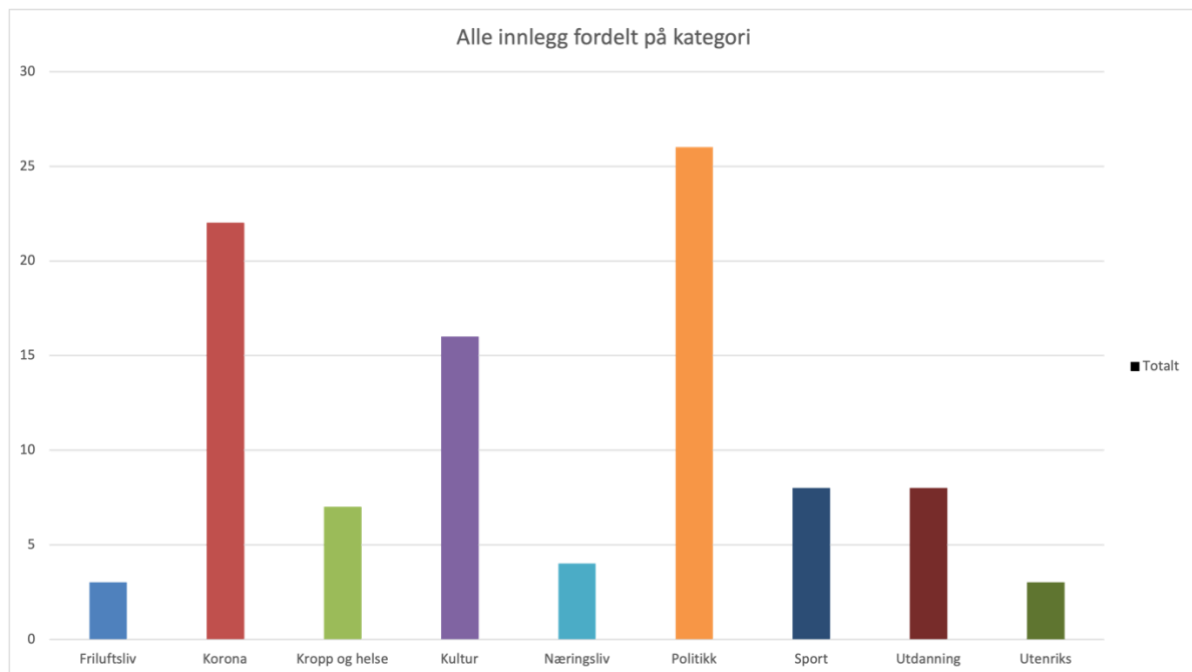
Beskrivelsen de kommer med er veldig gjennomgående og gir en god forståelse av inntrykket de får av det offentlige kommentarfeltet. Den lukkede gruppe-funksjonen til Facebook hjelper derfor på dette premisset, siden for å bli medlem av denne gruppen må man følge et bestemt sett med regler, som må overholdes for å delta (Adresseavisen, 2021b). Ved etableringen av virtuelle fellesskap er relasjonene mellom medlemmene i gruppen viktig, men den viktigste faktoren som vi har nevnt tidligere er tillit til de som har skapt fellesskapet (Chih, Hsu, & Liou, 2016, s. 994). Dette har Adresseavisens kommentatorer og spaltister gjort ved å «bygge broer» mellom dem og medlemmene i gruppen (Adresseavisen, 2021a; Baumberger, 2021). Ved at de står frem med fullt navn og deler debattinnlegg de mener noe om. Dette skaper derfor grunnlaget til debatt og oppfordrer andre til å også dele deres innhold. For å delta må man både stå frem med fullt navn og ha folkeskikk, hvis ikke slipper man ikke inn i gruppen eller kan bli kastet ut. Samtidig har gruppefunksjonen til Facebook flere verktøy for moderering, slik som at man kan utestenges eller begrenses for en kort eller lang periode (Facebook, 2021b). Dette er noe som selvfølgelig kan gå på bekostning av medlemskapet i gruppen og er noe som kanskje forhindrer den vanlige personen i å delta. En av informantene mine beskrev det på denne måten:

D26: Det er litt elitistisk i gruppen. Det er litt trist å si, for jeg hater jo det rett ut. Det gjør kanskje at det ikke tar tempen på noe som helst. (...) For der føler jeg at når det gjelder utdanning, sosioøkonomisk bakgrunn og tilgangen til plattformer, makt ikke minst. Så er vel folk i denne gruppen overkvalifisert da, enn folk flest. (...) Jeg føler kanskje at alle meninger har på dress da hvis jeg kan si det på den måten.

D26 argumenterer for at den lukkede Facebook-gruppen har den motsatte effekten av den offentlige Facebook-siden, noe som igjen ødelegger debatten. Noen velger sikkert ikke å delta fordi de må overholde et sett med regler, samt at innlegget som publiseres i gruppen må godkjennes før det blir offentliggjort. Terskelen for å bli medlem i gruppen er da høyere. Denne modereringen kan også sies å ha en påvirkning på debatten, da muligens de sterkeste meningene blir filtrert bort, noe informantene mine mente det ikke ble gjort i stor grad på de offentlige sidene til Adresseavisen. Til hvilken grad dette har en påvirkning på engasjementet kan man se nærmere på ved hjelp av statistikk.

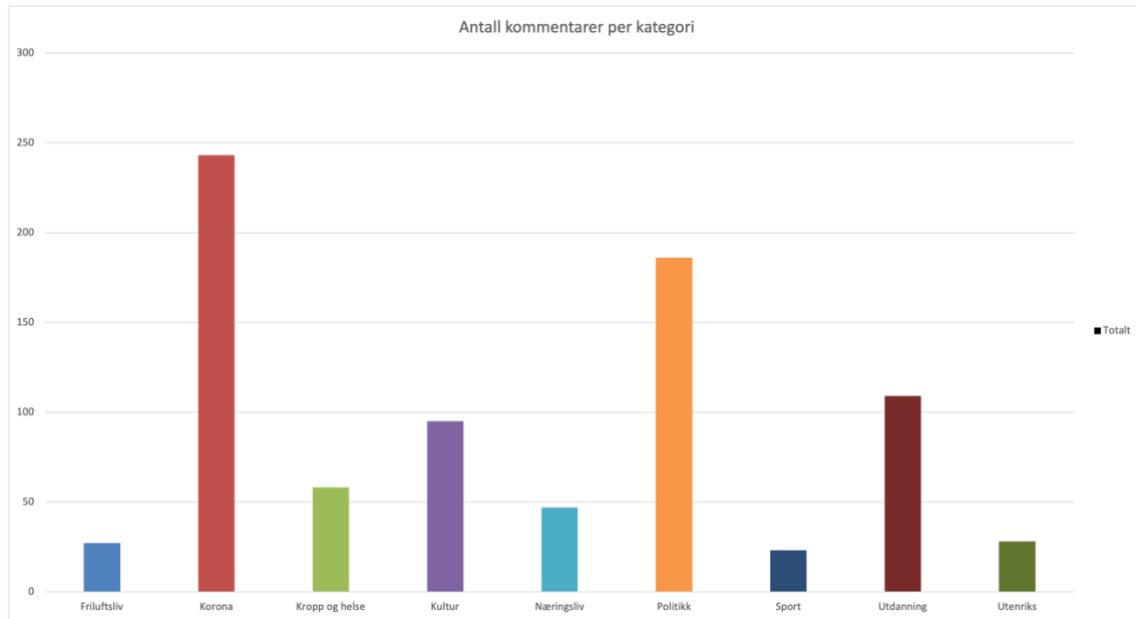
## 5.2 Saker som engasjerer

Frem til 8. april var det totalt 2564 medlemmer i Facebook-gruppen og 187 publiserte innlegg. Jeg har kategorisert 100 av de mest populære innleggene, altså de innleggene med mest engasjement, for å finne ut av hvilke tema medlemmene synes var mest interessante. Alle de 100 innleggene ble til sammen seende slik ut etter kategoriseringen (se figur 1).



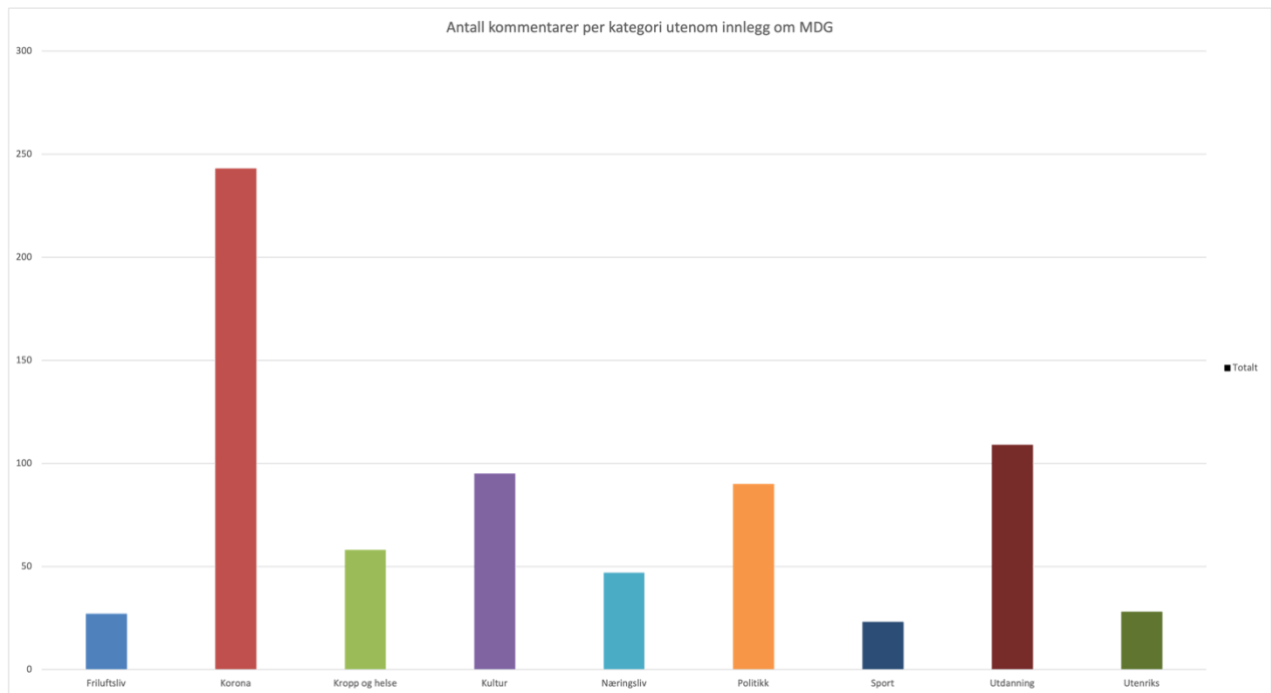
**Figur 1:** Alle 100 innlegg fordelt på kategori.

Som man ser er det klart mest innlegg om politikk og korona som publiseres i gruppen, i tillegg til en betydelig andel saker om kultur. Dette er muligens ikke så rart da politikk er noe som ofte engasjerer og som folk har mye meninger om. Spesielt er det også ikke rart at det er mye innlegg om korona, da denne pandemien er pågående og mange regler som settes av politikerne begrenser folks frihet og levevaner. Dette gjør igjen at korona blir satt på dagsorden. Det er derfor veldig mange saker som er oppe for debatt rundt disse temaene. For å se på hvordan disse sakene først og fremst engasjerer er det mulig å måle hvor mange personer som kommenterer innleggene (se figur 2).



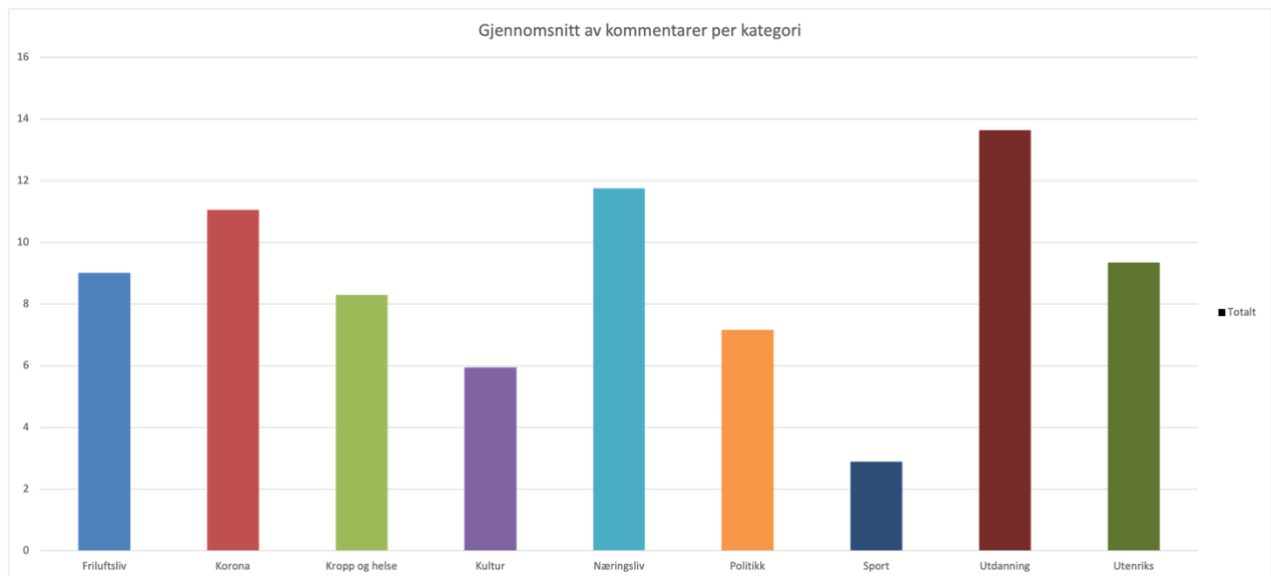
**Figur 2:** Alle kommentarer fordelt på kategori.

Kommentarene kan klart sees i sammenheng med hvor mange innlegg som det er publisert fra et tema, men at korona er klart det temaet som engasjerer mest. Politikk er et tema som er veldig bredt og går utover mange saker, så det som er spennende å se på er hvordan enkeltsaker kan forandre engasjementet til medlemmene av gruppen. Dette så man spesielt sterkt når jeg fjernet et debattinnlegg om Miljøpartiet de grønne (se figur 3), som er for mange et kontroversielt parti, noe også informantene nevnte ovenfor. Engasjementet rundt politikk gikk derifra drastisk ned med over 100 kommentarer, noe som sier at saker som virkelig treffer kan ha stor påvirkning på debatten.



**Figur 3:** Alle kommentarer fordelt på kategori utenom Miljøpartiet de grønne-innlegg.

Likevel tar det mest spennende funnet utgangspunkt i gjennomsnittet av alle kommentarer og alle innlegg som er publisert, da det her blir en klarere forståelse av hva som virkelig engasjerer medlemmene. Hvis man tar utgangspunkt i figur 4, så ser man at utdanning er det temaet som engasjerer mest av alle innleggene som publiseres. Dette kan sees i sammenheng med det informantene mine sa om at gruppen var elitistisk. Medlemmene har kanskje høy utdanning og kan være med å engasjere, siden dette interesserer dem. Samtidig kan dette også tyde på at saker som publiseres ofte, slik som politikk og korona, blir av mindre interesse siden det er en større mengde av disse sakene ute. Dette kan indikere at debattsaker som virkelig treffer målgruppen og er omstridde nok kan ha stor påvirkning på engasjementet i gruppen.



**Figur 4:** Gjennomsnitt av alle kommentarer fordelt på alle innlegg per kategori.

### 5.3 En av de første

Ved å sammenligne Midtnorsk debatt opp mot andre lignende grupper på Facebook kan man se etter likheter og ulikheter med gruppene. Dette ble imidlertid veldig vanskelig å gjøre, da det viste seg at det ikke eksisterte noen form for Facebook-gruppe for debatt i Norge som var eid av en kommersiell eier. Alle de største avisene i Norge har en eller annen form for debattsatsning. Alle disse debattsatsningene har egne dedikerte sider på avisene og egne offentlige Facebook-sider, men ingen har benyttet seg av gruppe-funksjonen. Det er likevel en betraktelig andel andre privatpersoner og interessegrupper som har opprettet diverse debattgrupper på Facebook, mange med flere tusen medlemmer (Facebook, 2021a).

For å finne noen lignende grupper måtte jeg gjennomføre et dypere søk etter hvilke grupper som allerede eksisterte. Da fant jeg en god del Facebook-grupper med kommersielle aktører, som blant annet Fiskeridebatt (Fiskeribladet, 2021). Det er en gruppe med over 370 medlemmer og er for alle som leser innhold om fiskeri- og havbruksnæringen, samt mener noe om det. Gruppen er offentlig, noe som igjen gjør at gruppen ligner mer en vanlig side enn en lukket gruppe. Jeg fant også Nokon må gå (Bergens Tidende, 2021). Det er en gruppe med 2000 medlemmer og er for alle som hører og liker podcasten «Nokon må gå», som er en podcast som handler om politikk og hverdagsliv. I gruppen diskuteres og debatteres det rundt podcasten og eventuelle tema som dukker opp i denne. I tillegg til denne gruppen fant jeg Krimpodden (VG, 2021). Det er en gruppe med 2800 medlemmer og er for alle som hører og liker podcasten «Krimpodden», som er en podcast som omhandler diverse kriminalsaker i Norge. I denne

gruppen diskuteres og debatteres det rundt podcasten og eventuelle kriminalsaker som dukker opp i episodene. Jeg fant også TV2 Fantasy (TV2, 2021). Det er en gruppe med over 14 000 medlemmer og er for alle som liker å spille «Fantasy Premier League», som er en fotballnettside, der aktørene lager sitt eget «fantasi»-lag og konkurrerer mot andre aktører med et annet «fantasi»-lag. I denne gruppen diskuteres og debatteres det rundt diverse fotballrelaterte saker. Til slutt fant jeg DN Kvinner (Dagens Næringsliv, 2021). Det er en gruppe med over 30 000 medlemmer og er for alle som er interessert i økonomi og likestilling. Det finnes sikkert flere grupper der ute, men disse er de jeg fant som legger opp til en eller annen form for diskusjon, men altså ingen som er i likhet med Adresseavisens Midtnorsk debatt-satsning på sosiale medier. Jeg kan trygt si at i skrivende stund er Adresseavisen en av de første kommersielle aktørene som har gjennomført en slik satsning på Facebook med debatt.

#### **5.4 En positiv utvikling**

Jeg har vært medlem av denne Facebook-gruppen helt siden lansering og frem til levering av oppgaven. Min observasjon tilsvarer at gruppen har hatt en markant utvikling i antall medlemmer og engasjement siden begynnelsen, noe som også går i en positiv utvikling. Det som er veldig spesielt med slik satsning er hvordan Adresseavisen utnytter seg av Facebooks allerede innebygde funksjoner og spiller inn på deres algoritmer. Når man liker en side på Facebook, så har innleggene denne siden deler en prosentvis sjanse til å havne i brukerens nyhetsstrøm. En gruppefunksjon slik Midtnorsk debatt benytter seg av, havner i nyhetsstrømmen i tillegg til å gi brukeren varsler. Dette gir derfor gruppen mye større mulighet til å få synlighet i folks medievaner, noe også jeg og informantene jeg har snakket med opplever. Man får omtrent 2-3 varsler om dagen fra diverse innlegg, samt at den automatisk filtrerer bort innlegg som kan være av lite interesse i varslene dine basert på ting den har observert at du for eksempel har klikket deg lite inn på. Varselsfunksjonen kan da sies å være en slags filterboble, siden den filtrer innlegg til deg som kan være av interesse, men siden temaene i innleggene er så variert er det veldig sjeldent at medlemmene får kun en form for informasjon. Samtidig viser mine observasjoner at det er en økende positiv trend til at medlemmer deler innlegg de har skrevet selv og bruker en form for selvmediering i debatten, hvor tema som de har ofte god kunnskap om løftes frem i gruppen. Noe som er svært positivt for veien videre for gruppen og som sier noe om den sosiale innflytelsen kommentatorene i Adresseavisen har grunnlagt for at andre folk er villige til å delta i debatten.



## 6. Konklusjon

Adresseavisens satsning på debatt fortsetter videre med lanseringen av Facebook-gruppen Midtnorsk debatt, som er et nytt tilskudd for å øke engasjementet for debatt i Midt-Norge. Slik vi har sett påvirkes engasjement av utallige forskjellige faktorer og mange flere enn jeg har mulighet til å dekke i denne oppgaven. Likevel gir oppgaven et svar på problemstillingen: *Hvilken rolle spiller gruppeidentitet for engasjement i den midtnorske debatten?*

Gruppeidentitet slik vi har definert det i denne oppgaven er ikke noe fastsatt og bestemt, men heller noe som er refleksivt og varierende til hvilken kontekst man er i. Alle informantene mine i oppgaven følte ingen form for tilhørighet eller identitet spesifikt for Midtnorsk debatt-gruppen, siden de var alle medlem av andre grupper på internett og følte ingen tilhørighet der heller. Det var heller det at de identifiserte seg som samfunnsengasjerte. De ville være oppdaterte på det som skjer i lokalsamfunnet og brukte Facebook-gruppen som en kanal til å skaffe seg informasjon. Likevel identifiserte de seg som en annen type debattant enn de som kommenterte på den offentlige Facebook-siden til Adresseavisen, hvor samtlige informanter argumenterte for at det var en bestemt personlighetstype som oftest kommenterte. Facebook-gruppen fungerte dermed som en opposisjon til dette kommentarfeltet, da Facebook-gruppen har ett sett med regler som må aksepteres for å både få lov til å bli medlem av gruppen og for å publisere innhold. Informantene ville derfor heller ta del i debatter som foregikk i den lukkede Facebook-gruppen enn den offentlige Facebook-siden. Gruppens sosiale innflytelse gjorde derfor terskelen høyere for å kommentere eventuelle personangrep og hets, men samtidig gjorde terskelen lavere for å delta, noe som skaper et mye bedre debattmiljø. Gruppeidentitet vil jeg derfor si har en stor rolle i hvorfor folk er medlem av gruppen.

Gruppeidentitetens rolle bidrar til å skape engasjement i den midtnorske debatten, men oppgaven viser i tillegg at engasjement må skapes gjennom temaer som engasjerer. Spesielt så man dette ved å legge vekt på kommentarene i gruppen etter at de ble kategorisert, hvor dagsaktuelle tema slik som korona og politikk var populære. Temaenes engasjement ble likevel påvirket av hvilke saker som ble diskutert, hvor man spesielt så dette ved å legge vekt på et innlegg om Miljøpartiet de grønne, som hadde over 100 kommentarer alene og fremskaffet en veldig stor debatt. Samtidig viste statistikken at det ikke nødvendigvis var de temaene som var mest publisert, som skapte mest engasjement, men heller enkeltsaker i temaene som engasjerer medlemmene mest. Dette kom godt frem når jeg gjorde en gjennomsnittsmåling av antall

kommentarer og antall innlegg, som viste at utdanning var svært populær og skapte mye engasjement.

Til slutt viser oppgaven hvordan man får varsler, i tillegg til å dukke opp i nyhetsstrømmen til medlemmer av gruppen, som har mye å si for hvor mye engasjement som skapes. Dette gjør innleggene mer synlig for medlemmene og møter dem på en plattform der de allerede er og som gjør at de må forholde seg til det. Samtidig er det utrolig spennende å følge med videre i fremtiden, da gruppen fortsatt er i utvikling og har en lang vei å gå for å oppnå grunnlaget de har lagt seg. I tillegg til at Adresseavisen viste seg å være den eneste kommersielle aktøren som har gjennomført en slik type satsning og utnyttet seg av Facebook-gruppefunksjonens potensiale.

## Referanseliste

- Adresseavisen. (2021a, 15. Februar). Møt kommentatorene våre. *Adresseavisen, Midtnorsk debatt*. <https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/2021/02/15/Møt-kommentatorene-våre-23477778.ece>
- Adresseavisen. (2021b). *Adresseavisen Midtnorsk debatt*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/757738261526050>
- Baumberger, B. (2021, 14. Februar). Nye spaltister til Adresseavisen. *Adresseavisen, Midtnorsk debatt*. [https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/ordetfritt/2021/02/14/Nye-spaltister-til-Adresseavisen-23465972.ece?fbclid=IwAR17sTZpSGJtnJW1\\_MVQ7VKwj\\_gNnFlKu9-A2rXbFxfjhUfCH3n\\_-0NTU68](https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/ordetfritt/2021/02/14/Nye-spaltister-til-Adresseavisen-23465972.ece?fbclid=IwAR17sTZpSGJtnJW1_MVQ7VKwj_gNnFlKu9-A2rXbFxfjhUfCH3n_-0NTU68)
- Bergens Tidende. (2021). *Nokon må gå*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/nokonmaagaa>
- Braasch, M., Buchwald, P., & Hobfoll, S. (2019, 3. Mai). Commerce and crossover of resources in Facebook Groups – A qualitative study. *Computers in Human Behavior*, s. 101-108.
- Castells, M. (2001). The Culture of the Internet. I *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society*. (s. 36-63). New York: Oxford University Press.
- Chih, W.-H., Hsu, L.-C., & Liou, D.-K. (2016, 18. November). Understanding virtual community members' relationships from individual, group, and social influence perspectives. *Industrial Management & Data Systems*, s. 990-1010.
- Criado, N., Rashid, A., & Leite, L. (2016, 12. Juni). Flash mobs, Arab Spring and protest movements: Can we analyse group identities in online conversations? *Expert Systems With Applications*, s. 212-224.
- Dagens Næringsliv. (2021). *DN Kvinner - for deg som er interessert i økonomi og likestilling*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/DNKvinner/discussion/preview>
- Davies, H. C. (2018). Redefining Filter Bubbles as (Escapable) Socio-Technical Recursion. *Sociological Research Online*, s. 637-654.
- Dutton, W. H., Reisdorf, B., Dubois, E., & Blank, G. (2017, 31. Mars). Social Shaping of the Politics of Internet Search and Networking: Moving Beyond Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News. *The Part Played by Search in Shaping Political Opinion*, s. 1-26.
- Facebook. (2021a). *Debatt*. Facebook. <https://www.facebook.com/search/groups?q=debatt>

- Facebook. (2021b). *Grupper*. Facebook Hjelpesenter.  
[https://www.facebook.com/help/1629740080681586/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/1629740080681586/?helpref=hc_fnav)
- Fiskeribladet. (2021). *Fiskeridebatt*. Facebook.  
<https://www.facebook.com/groups/fiskeridebatt>
- Folkehelseinstituttet. (2021, 11. Februar). *Fakta om koronaviruset SARS-CoV-2 og sykdommen covid-19*. Folkehelseinstituttet. <https://www.fhi.no/nettpub/coronavirus/fakta-og-kunnskap-om-covid-19/fakta-om-koronavirus-coronavirus-2019-ncov/?term=&h=1>
- Gauntlett, D. (2008). *Media, Gender and Identity: An introduction*. New York: Routledge.
- Grenness, T. (2020). *Slik løser du metodeproblemene i bachelor- og masteroppgaven*. Oslo: Cappelen Damm.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012, 22. Mars). Share, Like, recommend. *Journalism Studies*, s. 815-824.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, s. 191-208.
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. London: Sage Publications Ltd.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd.
- Medietilsynet. (2020, 30. September). *Nye tall fra Medietilsynet: Sosiale medier er de unges viktigste nyhetskilde*. Medietilsynet. <https://www.medietilsynet.no/om/aktuelt/nye-tall-fra-medietilsynet-sosiale-medier-er-de-unges-viktigste-nyhetskilde/>
- Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, s. 43-51.
- NTB. (2019, 12. Juni). Smarttelefonen er vår viktigste kilde til nyheter. *Kampanje*. <https://kampanje.com/tech/2019/06/smarttelefonen-er-var-viktigste-kilde-til-nyheter/>
- Rienecker, L., & Stray Jørgensen, P. (2018). *Den gode oppgaven: Håndbok i oppgaveskriving på universitet og høyskole*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Riles, J. M., Pilny, A., & Tewksbury, D. (2018). Media fragmentation in the context of bounded social networks: How far can it go? *New media & society*, s. 1415-1432.
- Sandvik, S. (2020, 6. Mars). Kjære leser og debattant i Adresseavisen: Du har mye å glede deg til! *Adresseavisen, Midtnorsk debatt*.  
<https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/2020/03/06/Kj%C3%A6re-leser-og-debattant-i-Adresseavisen-Du-har-mye-%C3%A5-glede-deg-til-21227211.ece>
- Sandvik, S. (2021, 15. Februar). Ta ordet. Bli med i debatten! *Adresseavisen, Midtnorsk debatt*.  
<https://www.midtnorskdebatt.no/meninger/kommentarer/2021/02/15/Ta-ordet.-Bli-med-i-debatten->

[23475134.ece?fbclid=IwAR16TORWqNgPNic0POBhE8CVbd8EBtYBMvJxkisPcpbyotr4Ijp8\\_lzR-Bs](https://www.facebook.com/groups/23475134.ece?fbclid=IwAR16TORWqNgPNic0POBhE8CVbd8EBtYBMvJxkisPcpbyotr4Ijp8_lzR-Bs)

Shaw, D. L., & McCombs, M. E. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, s. 176-187.

TV2. (2021). *TV2 Fantasy*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/998170230338010>

VG. (2021). *Krimpodden*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/2059319194208603>

