

Rapport

På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning

En analyse av det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 2019

Forfatter(e)

Tor Olav Grøtan, Jannicke Fiskvik, Peter Halland Haro, Per Gunnar Auran, Bjørn Magnus Mathisen, Geir Hågen Karlsen (Karlsen Consulting), Melanie Magin (NTNU), Petter Bae Brandtzæg (UiO)



Rapport

På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning

En analyse av det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 2019

EMNEORD:

Desinformasjon
Digital
informasjonspåvirkning
Sosiale medier
Tverrfaglig analyse
Valg
Tiltak

VERSJON

2.0

DATO

2019-11-28

FORFATTER(E)

Tor Olav Grøtan, Jannicke Fiskvik, Peter Halland Haro, Per Gunnar Auran, Bjørn Magnus Mathisen, Geir Hågen Karlsen (Karlsen Consulting), Melanie Magin (NTNU), Petter Bae Brandtzæg (UiO)

OPPDRAKSGIVER(E)

Kommunal- og moderniseringsdepartementet

OPPDRAKSGIVERS REF.

19/2231

PROSJEKTNR

102020931

ANTALL SIDER OG VEDLEGG:

68+ vedlegg

SAMMENDRAG

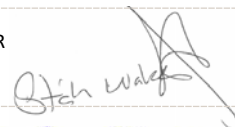
Rapporten beskriver en systematisk undersøkelse av mulige målrettede informasjonspåvirkningsforsøk fra utenlandske aktører på ulike digitale plattformer i forbindelse med det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 9. september 2019. Undersøkelsen er basert på kvantitativ og kvalitativ analyse av innsamlede data fra et utvalg av åpne Facebook-sider, Twitter, tradisjonelle medier og alternative medier. Det er ikke funnet klare tegn på utenlandsk påvirkning, selv om debattklimaet på mange måter ligger til rette for aktører med slike intensjoner. Det er imidlertid påvist at aktører som tilsynelatende er norske brukere fra vårt datamateriale også deltar i mer skjulte og ytterliggående fora på nettet, og at noen av disse inngår i nettverk som systematisk overfører innhold fra ytterliggående nettsted. Disse aktørene modererer bevisst sin språkbruk når de poster på medier som når ut til en bredere offentlighet, og forsøker å kamuflere denne type aktivitet. Dette illustrerer at det kan være særs vanskelig å skille utenlandsk påvirkning fra annen mistenkelig virksomhet på nettet. Selv om det ikke er påvist påvirkning i det begrensede materialet vi har undersøkt, er det nødvendig med mer forskningsbasert kunnskap på dette viktige området. Det er utviklet et metodegrunnlag som bør utvikles med tanke på fremtidige valg og behandling av større mengder data.

UTARBEIDET AV

Tor Olav Grøtan

SIGNATUR**KONTROLLERT AV**

Ståle Walderhaug

SIGNATUR**GODKJENT AV**

Anita Øren

SIGNATUR**RAPPORTNR**

2019:01292

ISBN**GRADERING**

Fortrolig

GRADERING DENNE SIDE

Åpen

Historikk

VERSJON	DATO	VERSJONSBESKRIVELSE
1.0	2019-10-22	Utkast sendt til oppdragsgiver
2.0	2019-11-28	Ferdigstilt rapport

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	5
2	Bakgrunn.....	6
2.1	Riksdagsvalget i Sverige i 2018	6
2.2	Internasjonale hovedaktører	7
2.3	Hvordan gjennomføres digital informasjonspåvirkning av valg?.....	7
2.4	Valg, politisk kommunikasjon og rollen til sosiale medier.....	10
2.5	Et bakteppe av digital psykologi, økonomi og makt	11
3	Analytisk rammeverk og metodisk tilnærming.....	12
3.1	Begrensninger og etiske hensyn	15
4	Analyse	16
4.1	Omfang i antall delinger av nyhetssaker på Facebook under og rett etter det norske valget i 2019	16
4.2	Kvantitativ analyse av innsamlet datamateriale	18
4.2.1	Kryssjekk mot kjente bots.....	18
4.2.2	Kryssjekk mot nettsteder assosiert med useriøst innhold	19
4.3	Kvalitativ analyse av innsamlet datamateriale	23
4.3.1	Twitter	23
4.3.2	Facebook.....	23
4.3.3	Tradisjonelle medier	28
4.3.4	Alternative medier.....	32
4.4	Analyse på tvers av plattformer i innsamlet datamateriale	37
4.4.1	Andre mønstre eller sammenhenger	37
4.4.2	Kvalitativ analyse av et lite utvalg basert på kvantitativ filtrering	37
4.4.3	Søk på termer relatert til valgfrusk eller undergraving av politisk tillit	39
4.4.4	RT og Sputniknews sine omtaler av Norge	39
4.5	Sammendrag av analysen	40
5	Råd om mulige tiltak – Hvordan bør utfordringene møtes?	41
5.1	Trusler og utfordringer - hva er valginnblanding?	41
5.2	Litteratur, studier og planer.....	41
5.3	Oversikt over mulige tiltak.....	44
5.3.1	Bevisstgjøring.....	45
5.3.2	Forebygging	45
5.3.3	Samarbeid og koordinering	46

5.3.4	Beskyttende tiltak	46
5.3.5	Aktive mottiltak og avskrekking	47
5.3.6	Forskning, læring og kompetansebygging	48
5.4	Utfordringer, begrensninger og kritikk	48
5.5	Vurdering av prioriterte tiltak	50
6	Oppsummering og refleksjon	50

BILAG/VEDLEGG

Vedlegg A Søkordliste: Syv tilnærminger

Vedlegg B Nøkkelordliste: Faktorer som gjør desinformasjon tiltrekkende

Vedlegg C Metodisk tilnærming

Vedlegg D Nettsteder assosiert med useriøst innhold

Vedlegg E Saker om Norge fra RT.com og Sputniknews.com

Vedlegg F Kvalitativ analyse av et lite utvalg basert på kvantitativ filtrering

1 Innledning

Informasjonspåvirkning er en stor og økende utfordring for tilliten til både demokratiske prosesser og institusjoner. Dette inkluderer spredning av falske nyheter og desinformasjon, hvor desinformasjon ofte har til hensikt å spre forvirring og tvil om fakta. Påvirkning av demokratiske valg, blant annet gjennom spredning av falske nyheter, fra både statlige og ikke-statlige aktører, har fått betydelig internasjonal oppmerksomhet i etterkant av det amerikanske valget i 2016.

Denne rapporten beskriver resultatene fra en systematisk kartlegging og undersøkelse av mulige målrettede forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører, statlige og ikke-statlige, på ulike digitale plattformer i forbindelse med det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 9. september 2019.

Vi har i dette prosjektet ikke observert noen klare indikasjoner på utenlandsk informasjonspåvirkning i forbindelse med valget. Disse funnene stemmer overens med observasjoner gjennomført av Faktisk.no og Facebook, som på bakgrunn av kontakt med oss kunne informere om at heller ikke de har identifisert mistenkelig aktivitet i tidsrommet for vår undersøkelse.

Det vi derimot har funnet i vårt innhentede materiale er tilsynelatende norske brukere som også deltar i mer skjulte og åpenbart ytterliggående fora på andre nettsteder. Noen av disse inngår i nettverk som systematisk overfører innhold fra slike ytterliggående nettsteder. Disse aktørene modererer bevisst sin språkbruk når de poster på medier som når ut til en bredere offentlighet, herunder det som gjerne benevnes alternative nettsteder, og forsøker å kamuflere denne type aktivitet. Det kan imidlertid ikke påvises at de har utenlandsk bakgrunn eller tilhørighet.

Mandat

Prosjektet er gjennomført på oppdrag for Kommunal- og moderniseringsdepartementet. I juni 2019 lanserte Regjeringen en tiltaksplan for å styrke motstandsdyktigheten mot påvirkning og hybride trusler i gjennomføringen av høstens kommunestyre- og fylkestingsvalg. Tiltaksplanen er laget av en bredt nedsatt arbeidsgruppe med relevante departementer og aktører, ledet av Kommunal- og moderniseringsdepartementet. Dette prosjektet er en del av denne tiltaksplanen.

Departementets oppdragsbeskrivelse peker på at det i de siste årene er "avdekket en rekke forsøk på spredning av desinformasjon på Internett med formål om å påvirke opinionen og dermed valgresultatet, både av statlige og ikke-statlige aktører". Dette er informasjon basert på trusselvurderinger fra Etterretningstjenesten og Politiets sikkerhetstjeneste (PST). Disse trusselvurderingene fremhever særlig russiske påvirkningsforsøk som en trussel gjennom forsøk på å undergrave politiske prosesser og øke polarisering i Europa. I tillegg er utenlandsk etterretning involvert i å spre desinformasjon, rykter, halvsannheter, og svertetekampanjer gjennom sosiale medier i vestlige land. For å kunne demme opp for og å forstå omfanget av informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører i et valgår, har oppdragsgiver bedt om en ekstern kartlegging og analyse av målrettede forsøk på informasjonspåvirkning fra internasjonale aktører i forkant av og under det norske valget i 2019. Formålet er å bidra til økt innsikt og forståelse om rollen til utenlandske aktører og behovet for beredskapstiltak rettet mot slike aktører.

Prosjektet ble gjennomført i løpet av et kort tidsrom (august-november 2019) og med relativ begrenset budsjett. Begrensninger på tid og kostnader, samt personvernregelverk, gav videre begrensninger på dataomfanget. Til tross for at det tilgjengelige datamaterialet er begrenset, mener vi det kan gi gode indikasjoner på om det forekom informasjonspåvirkningskampanjer under det norske valget.

Definisjoner

I rapporten legger vi følgende definisjoner til grunn: *Informasjonspåvirkning* er påvirkningsaktiviteter gjennomført av fremmede makter eller ikke-statlige aktører for å påvirke målgruppers oppfatninger, adferd og

beslutninger til fordel for den fremmede aktøren.¹ *Påvirkningskampanjer* er koordinerte kampanjer av en fremmed makt eller ikke-statlig aktør bestående av en rekke aktiviteter med den hensikt å påvirke beslutningstakere eller opinion innad i et land, eller beslutningstakere eller opinion i utlandet, som er av betydning for det gjeldende land.² *Desinformasjon* er feilaktig eller manipulert informasjon som spres for å mislede målgruppen, og anses som en av flere teknikker for informasjonspåvirkning.³ *Falske nyheter* er "fabrikkert eller ikke-verifisert innhold som med vilje er presentert som en verifisert nyhet for å villedde lesere, som regel med et ideologisk, politisk eller økonomisk motiv".⁴

Rapportens struktur

Rapporten er delt inn i fem kapitler.

- Kapittel 2 gir en kort oversikt over bakgrunn og kontekst for temaet
- Kapittel 3 beskriver det analytiske rammeverket for prosjektet, inkludert metode, prosjektteamet sin kompetanse, samt avgrensninger og etiske vurderinger
- Kapittel 4 presenterer gjennomførte analyser og funn
- Kapittel 5 sammenstiller eksisterende råd og anbefalinger for å motvirke uønsket informasjonspåvirkning, og fremhever de som er aktuelle i en norsk kontekst, for norske myndigheter og befolkning
- Kapittel 6 gir en oppsummering og en refleksjon over funnenes betydning og behov for videre arbeid

2 Bakgrunn

Informasjonspåvirkning i et digitalt samfunn er komplisert og uoversiktlig. Aktører som sprer desinformasjon og falske nyheter har også en interesse av å skjule alle spor. Det har også blitt påpekt at såkalte ondsinnede aktører har endret taktikk over årene med fokus på mindre og lokale operasjoner som er vanskeligere å oppdage og identifisere.⁵ Som et utgangspunkt har det derfor vært viktig å se til gjennomførte undersøkelser fra andre land, også med tanke på at det ikke er gjennomført lignende undersøkelser i en norsk kontekst.

2.1 Riksdagsvalget i Sverige i 2018

Det ble ikke funnet forsøk på utenlandsk påvirkning av riksdagsvalget i Sverige i 2018. Svenske myndigheter gjennomført flere undersøkelser: Institute for Strategic Dialogue (ISD) forsøkte å identifisere utenlandsk påvirkning av riksdagsvalget via Internett. De vurderte om russiske statsstøttede medier og automatiserte konti spredde desinformasjon til støtte for Sverigedemokratene eller Alternativ for Sverige.⁶ De analyserte også kampanjer fra høyreorienterte ikke-statlige aktører, og om russiske aktører deltok i internasjonale kampanjer på nettet for å sverte Sverige.

ISD fant følgende:

- Aktørene de studerte er involvert i sverting av Sveriges omdømme, men fokuset var å påvirke internasjonale målgrupper, og ikke valget i Sverige.

¹ Pamment J, Nothhaft H, Agardh-Twetman H & Fjallhed A (2018). Countering Information Influence Activities – The State of the Art. Lund University: Lund, s. 14.

² Pamment et.al. (2018), s. 14.

³ Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2019). Countering information influence activities – A handbook for communicators. MSB: Karlstad, s. 19.

⁴ Brandtzaeg, P. B., Følstad, A. & Chaparro Domínguez, M.Á. (2018). [How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services](#). *Journalism Practice*, 12(9), s. 1109-1129.

⁵ Se https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/joint_report_on_disinformation.pdf

⁶ Colliver C, Pomerantsev P, Applebaum A og Birdwell J (2018). Smearing Sweden – International Influence Campaigns in the 2018 Swedish Election. ISD: London.

- Det ble ikke registrert bruk av bots (automatiske roboter på nett) eller forsterkning av andres budskap fra russiske aktører.
- Den mest omfattende aktiviteten de fant omhandlet undergraving av tilliten til valget gjennom påstander om valgfusk.
- De registrerte i tillegg at islamistgruppen Hizb-ut-Tahrir forsøkte å påvirke valgdeltakelsen i svenske muslimske miljø.

Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) i Sverige gjennomførte en analyse⁷ av bruk av bots på Twitter i forbindelse med valget, og en analyse⁸ av digitale diskusjoner i forbindelse med valget, uten at noen av disse indikerte utenlandsk påvirkning.

2.2 Internasjonale hovedaktører

Oxford Internet Institute kartla i 2017 det de beskriver som "computational propaganda" med bruk av algoritmer, automatisering og reelle nettprofiler i Brasil, Canada, Kina, Tyskland, Polen, Taiwan, Russland, Ukraina og USA.⁹ I deres rapport fra 2019 dokumenterte de manipulasjon av sosiale medier i hele 70 land, og identifiserte syv land som drev manipulasjon av sosiale medier i utlandet, nemlig India, Iran, Kina, Pakistan, Russland, Saudi-Arabia og Venezuela.¹⁰ En trusselvurdering fra amerikansk etterretning fremhevet Russland, Kina og Iran som aktører i forbindelse med valgpåvirkning.¹¹ Av statlige aktører har vestlige sikkerhetstjenester identifisert Russland som den mest aktive aktøren for politisk påvirkning generelt.¹² Kina driver også betydelig politisk påvirkning og det er en rekke andre mindre aktører hvor særlig Iran fremheves.

Når det gjelder påvirkning på demokratiske valg over Internett og gjennom sosiale medier spesielt, er Russland den klart mest aktive aktøren. Det er imidlertid verdt å merke seg at det ikke ble dokumentert påvirkning i Sverige i 2018 eller i Tyskland i 2017. Til tross for omfattende påvirkning og hacking fra russisk side i forkant, fant den tyske sikkerhetstjenesten ingen påvirkning av selve forbundsvalget i 2017.¹³ De tilskriver dette omfattende forebyggende tiltak og advarsler mot innblanding.

Det er registrert få eller ingen forsøk på påvirkning over Internett fra andre statlige aktører i Europa. E-tjenesten og PST har påvist at Russland er den viktigste aktøren for påvirkning av norsk politikk.¹⁴

2.3 Hvordan gjennomføres digital informasjonspåvirkning av valg?

Kunnskap om hvordan digital informasjonspåvirkning av valg har blitt gjennomført tidligere vært sentralt for prosjektet. Informasjon om skjulte påvirkningsaktiviteter er vanskelig å dokumentere. I våre analyser tok vi derfor utgangspunkt i det som var tilgjengelig fra troverdige kilder. Disse peker på at Russland er den mest aktuelle statlige aktøren. Dette vil reflekteres i den etterfølgende beskrivelsen. I tillegg vil vi også ta høyde for andre statlige aktører, ikke-statlige grupperinger, aktivister og enkeltaktører. Fokuset på Russland utelukker

⁷ Fernquist J, Kaati L, Akrami N, Cohen K og Schroeder R (2018). Automatiserte konton – En studie av botar på Twitter i samband med det svenska riksdagsvalet 2018. MSB: Karlstad.

⁸ Fernquist J, Kaati L, Akrami N, Pelzer B og Cohen K (2018). Digitala diskussioner om genomförandet av riksdagsvalet 2018. MSB: Karlstad.

⁹ Woolley SC og Howard PN (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Working paper No. 2017.11. Computational Propaganda Research Project - University of Oxford: Oxford.

¹⁰ Bradshaw S og Howard P N (2019). The global disinformation order – 2019 global inventory of organised social media manipulation. Oxford Internet Institute: Oxford.

¹¹ Director National Intelligence (2019). Worldwide Threat Assessment of the US Intelligence Community. Statement for the Record to the Senate Select Committee in Intelligence. DNI: Washington.

¹² Karlsen GH (2019). Divide and Rule – Ten Lessons about Russian political influence activities in Europe. Palgrave Communications: London.

¹³ Bundesamt für Verfassungsschutz (BfV) (2018) Verfassungsschutzbericht 2017. BfV: Köln, s. 270-271, 276.

¹⁴ Karlsen GH (2019).

ikke andre aktører, men følgende beskrivelse av deres aktiviteter har vært brukt for å målrette vår innhenting og analyse.

Den russiske informasjonspåvirkning av det amerikanske presidentvalget i 2016 er godt dokumentert i den såkalte Mueller-rapporten,¹⁵ to detaljerte rapporter til Kongressen basert på omfattende datamateriale fra de store datafirmaene,¹⁶ samt en rekke tiltaler mot russiske aktører.¹⁷ Senatet utga nylig en rapport om russiske intervensjoner mot valginfrastruktur¹⁸ og en om bruk av sosiale medier i forbindelse med valget i 2016.¹⁹ Det er påpekt at påvirkningsaktiviteten fortsetter med en videreføring og utvikling av eksisterende teknikker frem mot neste valg i 2020.²⁰

Hovedaktøren på russisk side er Internet Research Agency (IRA), beskrevet som en nett-trollfabrikk i Sankt Petersburg. Den omtales som et sofistikert markedsføringsfirma, som anvender avanserte teknikker for digital påvirkning. Hovedaktiviteten til IRA er å benytte sosiale medier for påvirkning og i begrenset grad digital annonsering.

I tillegg ble det ved enkelte tilfeller gjennomført politiske markeringer og aksjoner organisert av rekrutterte amerikanske borgere. På sosiale medier opptrådte de som amerikanere, enten med falske profiler eller med stjålne identiteter. Operatørene ble instruert til å skape konflikt og støtte misfornøyde og radikale grupper. Ifølge tiltaledokumentene mener amerikanske myndigheter at det strategiske målet var, og fortsatt er, å så splid og misnøye i det politiske systemet, skape sosial og politisk polarisering, undergrave tillit til demokratiske institusjoner og påvirke amerikanske valg.²¹

I tillegg til IRAs informasjonspåvirkning, foregikk to andre parallelle aktiviteter for påvirkning av valget:

- En omfattende kartlegging og forsøk på inntrengning i digital valginfrastruktur og velgerdatabaser for å undergrave tilliten til valgprosessen. Ifølge etterforskningen var dette imidlertid mislykket.²²
- Det mest alvorlige var hacking og lekkasje av kompromitterende e-poster og dokumenter. Clintons valgkamporganisasjon og det Demokratiske partiets systemer ble angrepet og materialet ble lekket via falske profiler som DCLeaks og Gluccifer 2.0. Materialet ble så distribuert via andre profiler, mobilisering av aksjoner og velgergrupper, og spredning til mediene. Denne spredningen av kompromitterende materiale hang sammen med IRAs aktiviteter og de forsterket hverandre.²³

Basert på dokumentasjonen over har vi en detaljert forståelse av hvordan informasjonspåvirkningen ble gjennomført. IRAs kampanje var målrettet for å påvirke misfornøyde og radikale grupper, og utnyttet derfor allerede kontroversielle og polariserte temaer som våpenlover, saker relatert til lesbiske, homofile, bifile og transpersoner, innvandring, bruk av sørstatsflagget og minoriteter. En slik strategi gjorde at IRA eskalerte

¹⁵ Mueller R S (2019) Report on the Investigation into Russian Interference in the 2016 Presidential Election. U.S. Department of Justice: Washington D.C.

¹⁶ Se DiRiesta R, Shaffer K, Ruppel B, Sullivan D, Matney R, Fox R & Albright J, Johnson B (2018) The Tactics and Tropes of the Internet Research Agency. New Knowledge: Austin; Howard PN, Ganesh B, Liotsiou D, Kelly J, Francois C (2018). The IRA, Social Media and Political Polarization in the United States, 2012-2018. Computational Propaganda Research Project. Oxford: University of Oxford.

¹⁷ Se U.S. District Court for the District of Columbia (2018). Case 1:18-CR-32-DLF, Indictment, document 1, filed 16 Feb 2018; U.S. District Court for the Eastern District of Virginia (2018). Case 1:18-MJ-464, Criminal Complaint, filed 28 Sep 2018; U.S. District Court for the District of Columbia (2018). Case 1:18-CR-215-ABJ, Indictment, filed 13 July 2018; samt U.S District Court for Western District of Pennsylvania (2018) Case 2:18-CR-263-MRH, Indictment, filed 3 Oct 2018.

¹⁸ U.S. Senate Select Committee on Intelligence (2019). Report on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election. Volume 1: Russian Efforts Against election Infrastructure. U.S. Senate: Washington D.C.

¹⁹ U.S. Senate Select Committee on Intelligence (2019). Report on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election. Volume 2: Russia's Use of Social Media. U.S. Senate: Washington D.C.

²⁰ Francois C, Nimmo B og Shawn E (2019). The IRACopyPasta Campaign. Graphika: New York.

²¹ U.S. District Court for the Eastern District of Virginia (2018). Case 1:18-MJ-464, Criminal Complaint, filed 28 Sep 2018, s. 6.

²² U.S Senate Select Committee on Intelligence (SSCI) (2018) Russian Targeting of Election Infrastructure During the 2016 Election: Summary of Initial Findings and Recommendations.

²³ U.S. District Court for the District of Columbia (2018) Case 1:18-CR-215-ABJ, Indictment, filed 13 July 2018.

polariseringen. IRA utnyttet også situasjoner som dukket opp underveis i valgkampen, som påstander om politivold eller voldelige demonstrasjoner. Disse polariserte temaene ble utnyttet for å demonisere motstandere og skape og forsterke samhold innen tre spesifikke grupper, svarte, den politiske venstresiden, og den politiske høyresiden. Polariserte tema i norsk samfunnsdebatt har derfor vært et fokus for dette prosjektets analyser.

IRAs informasjonspåvirkning foregikk på et stort antall sosiale medieplattformer. Før 2016 var russisk informasjonspåvirkning i all hovedsak forbundet med Twitter, mens de under valget i USA benyttet Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Tumblr, Pinterest, Vine, Grab, Meetup, VKontakte, LiveJournal, spill som Pokemon Go, og musikkapper.

Det anslås at IRA nådde ut til 126 millioner brukere på Facebook, 20 millioner brukere på Instagram, 1,4 millioner brukere på Twitter, og at de lastet opp 1100 videoer på YouTube. Videre antas det at falske IRA-profiler på Instagram fikk hele 187 millioner engasjement, mot 77 millioner engasjement på Facebook. Målingen av sosiale medieengasjement (likerklikk og kommentarer) for Instagram kan være inflaterte med bruk av såkalte klikkfarm (svindel hvor man betaler for liker-klikk). Enkelte av de falske IRA-profilene på Facebook og Instagram hadde over 100 000 følgere. De mest fulgte profilene ble styrt av aktive personer som deltok i konversasjoner, engasjerte målgruppene og besvarte både påvirkere (influencere) og medier. Bots ble i hovedsak brukt på Twitter. Bots sørger for automatisk å twitre overskrifter og retwitre fra andre Twitter-kontoer.

Den omfattende bruken av Instagram og YouTube under den amerikanske valgkampen gjorde at også dette prosjektet vurderte å inkludere Instagram og YouTube, men analyse av grafikk og bilder er betydelig mer ressurskrevende enn analyser av tekst. Tids- og ressursrammene i dette begrensede prosjektet tillot ikke en slik omfattende studie. Vårt fokus har derfor vært på Facebook og Twitter når det gjelder sosiale medier.

I undersøkelsen av USA-valget ble det identifisert utstrakt samarbeid, koordinering og deling av materiale på tvers av ulike sosiale medieplattformer. De russiske påvirkningskampanjene opererte, i tillegg til sosiale medier, på blogger, nettsteder og tenketanker som produserte mer nyanserte og akademiske artikler og innhold. I tillegg kjøpte de annonser på sosiale medier og nettsteder, men omfanget av dette var lite. Det ble ikke identifisert direkte forsøk på å få dekning i etablerte medier, og de analysene som til nå foreligger har heller ikke omfattet slike medier. Likevel skal vi være klar over at etablerte medier kan plukke opp saker, desinformasjon eller påvirkningsforsøk fra sosiale medier eller nettsteder og videreformidle til lesere.

Påvirkningskampanjen hadde en egen analyseavdeling som studerte den amerikanske samfunnsdebatten og amerikanske brukeres aktivitet på sosiale medier. De sendte også et analyseteam til USA for innhenting av informasjon tidlig i valgkampen. IRA har gjennom denne typen analysearbeid antakelig opparbeidet stor forståelse av medielandskapet, aktørene og den politiske debatten. Basert på denne kunnskapsinnhenting gav de sine påvirkningsoperatører i ulike mediekanaler detaljerte anvisninger for hvordan de skulle påvirke forskjellige målgrupper i den amerikanske befolkningen. I dette prosjektet må vi derfor anta at både statlige og ikke-statlige påvirkningsaktører vil kunne ha god forståelse for konflikttema, kanaler og målgrupper om de ønsker å påvirke valget i Norge.

Basert på relevant forskning²⁴ har den svenske Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB), som tilsvarende Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap i Norge, utviklet en håndbok²⁵ for å motvirke uønsket informasjonspåvirkning. De har beskrevet seks ulike strategier som oftest benyttes i kampanjer for påvirkning:

²⁴ Pamment J, Nothafth H, Agardh-Twetman H & Fjallhed A (2018). Countering Information Influence Activities – The State of the Art. Lund University: Lund.

²⁵ Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2019). Countering information influence activities – A handbook for communicators. MSB: Karlstad.

- Sosial og kognitiv hacking, som utnytter sosiale relasjoner og tankeprosesser
- Falske identiteter, som skjuler den egentlige kilden til informasjon
- Teknisk utnyttelse, bruk av bots, deepfakes,²⁶ kunstig intelligens mv.
- Desinformasjon, bruk av feilaktig eller manipulert informasjon
- Ondsinnet retorikk, for å villed, fordekke eller skremme andre fra å delta i debatten
- Symbolske handlinger, som lekkasjer, hacking eller demonstrasjoner for å forsterke et budskap.

Ved analysen av informasjonspåvirkning i dette prosjektet vil vi bruke bakgrunnen beskrevet i det foregående.

2.4 Valg, politisk kommunikasjon og rollen til sosiale medier

Sosiale medier er en voksende arena for politisk kommunikasjon hvor alle i teorien kan bidra med innhold, også de som sprer propaganda, desinformasjon og falske nyheter, ikke minst knyttet til valg. Selv om tradisjonelle medier fortsatt er viktige både som politiske informasjonskilder²⁷ og kampanjeinstrumenter,²⁸ har sosiale medier nye muligheter til å spre kampanjer. Sosiale medier har blitt viktige politiske nyhets- og informasjonskilder, spesielt for unge velgere som bruker mye tid på disse plattformene.²⁹

I sosiale medier har valgkampanjer potensiale til å være mer målrettet, helt ned på gruppe- og individnivå, enn tradisjonelle medier og valgkampanjer,³⁰ noe som er både en mulighet og en utfordring. Det har lenge vært en økende bruk av mikromålretting i valgkamper, og de vellykkede kampanjene til Barack Obama og Donald Trump har ytterligere økt fokuset på mikromålretting.³¹ Under den nederlandske valgkampen i 2017, før Cambridge Analytica-skandalen, tilbød Facebook politiske partier råd om hvordan best bruke Facebook til mikromålretting. Facebook har detaljerte data om et stort antall mennesker og velgere over hele verden, og har derfor mulighet til å skreddersy og målrette budskap ned på små grupper. De har også infrastrukturen og ekspertisen til å bruke dataene. Det kreves kompetanse, infrastruktur eller tilstrekkelige data for å modellere hvem man skal sikte seg inn mot og med hva slags budskap. I etterkant av skandalen med Cambridge Analytica er det satt kritisk lys på mikromålretting og blant annet EU har foreslått både mer åpenhet og begrensninger på bruken i forbindelse med valg.³²

De populistiske og ytre fløy-partiene og deres politikere har ofte flest følgere på sosiale medier.³³ Disse politiske aktørene kan gjennom sosiale medier treffe likesinnede mer effektivt, drevet frem av både algoritmer og nettverksstrukturer i sosiale medier. I tillegg kan disse gruppene styre unna tradisjonelle medier som ofte gir dem ufordelaktig pressedekning. En undersøkelse fra 2019 gjennomført av Medietilsynet viser at åtte av ti nordmenn har tillit til norske medier,³⁴ mens Reuters Institute Digital News Report 2019 finner at 46 prosent av nordmenn har tillit til nyheter generelt og 61 prosent har tillit til nyhetsmediene de bruker. Reuters

²⁶ Se f.eks. <https://www.dagbladet.no/kultur/snart-er-det-umulig-a-vite-om-det-man-ser-er-ekte/71138188>

²⁷ Moe H & Sariakassen H (2019). Norway. In: Newman N, Fletcher R, Kalogeropoulos A & Nielsen RK (Eds.). Reuters Institute Digital News Report 2019, s. 65-66.

²⁸ Lilleker, DG, Tenscher J & Štětka V (2015). Towards hypermedia campaigning? Perceptions of new media's importance for campaigning by party strategists in comparative perspective. *Information, Communication & Society*, 18(7), s. 747-765.

²⁹ Newman, N, Fletcher R, Kalogeropoulos A & Nielsen RK (Eds.) (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

³⁰ Christenson DP, Smidt CD, & Panagopoulos C (2014). Deus ex Machina: Candidate Web Presence and the Presidential Nomination Campaign. *Political Research Quarterly*, 67(1), s. 108-122.

³¹ Datatilsynet (2019). *På parti med teknologien*. Hentet fra <https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/om-personvern/rapporter/pa-parti-med-teknologien.pdf>

³² European Commission (2018). Code of practice on disinformation. Hentet fra: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

³³ Magin M, Podschweit N, Haßler J & Rußmann U (2017). Campaigning in the Fourth Age of Political Communication. A Multi-Method Study on the Use of Facebook by German and Austrian Parties in the 2013 National Election Campaigns. *Information, Communication & Society* 29(11), s. 1698-1719.

³⁴ Medietilsynet (2019). Åtte av ti har tillit til norske medier. Hentet fra: <https://medietilsynet.no/om/aktuelt/atte-av-ti-har-tillit-til-norske-medier/>

fremhever også at grupper og velgere med politiske meninger knyttet til ytre høyre av det politiske spekter og de som har sterke meninger om innvandring har en tendens til å ha størst mistillit til nyheter.³⁵

De nye mulighetene sosiale medier gir, kan derfor forklare hvorfor aktører fra ytre høyre og venstre er mer aktive på sosiale medier enn de mer moderate aktørene.³⁶ De har fått en arena for spredning av deres budskap, samt at det samler likesinnede. På grunn av det høye aktivitetsnivået på sosiale medieprofiler på ytre høyre og venstre kan også disse være mer utsatt for desinformasjon og påvirkning fra eksterne aktører. Erfaringene fra USA tilsier at de ytterste fløyene der var det primære målet for russisk påvirkning.

Forretningsmodellen for sosiale medier er å tjene penger på brukerengasjement som igjen gir stor interesse fra annonsører. Derfor er sosiale medier avhengige av innhold som fremkaller slik brukerengasjement.³⁷ Sosiale medier er derfor svært egnet også for å spre desinformasjon. Karakteristisk for innhold i sosiale medier som vekker brukerengasjement og som ofte går viralt, er for eksempel nyhetens interesse, at det er overraskende, oppsiktsvekkende eller følelsesstyrt. Produsenter og distributører av desinformasjon og falske nyheter dyrker nettopp disse elementene for å øke spredningen i sosiale medier.³⁸

En annen grunn til at sosiale medier er velegnet til å distribuere desinformasjon er mulighetene for å skjule den opprinnelige kilden til innholdet gjennom blant annet falske profiler. Måten innholdet presenteres på i newsfeeder i sosiale medier gjør det vanskelig å gjenkjenne og huske de opprinnelige kildene³⁹ ettersom alt ser likt ut, enten det kommer fra Aftenposten eller en ukjent blogg. Det er også et psykologisk perspektiv her. Folk er raske på sosiale medier, benytter gjerne små mobiltelefoner på farten, og slik lettere blir "lurt" fordi de håndterer informasjonsstrømmene på en overfladisk måte.

Det sosiale nettverket spiller også en rolle. Siden vi ofte stoler på venner i sosiale medier, kan aktører påvirke oss gjennom å spre desinformasjon i våre nettverk.⁴⁰ Distributører av desinformasjon benytter seg ofte av disse psykologiske og sosiale effektene ved bruk av kamufleringsteknikker. De kan spre desinformasjon ved bruk av sosiale bots som ligner virkelige brukere, hvor det nesten er umulig å skille en bot fra et menneske i sosiale medier.⁴¹ En annen mulighet er å forfalske og manipulere nettsidene til kjente og pålitelige nyhetsnettsteder for å lure leserne.⁴²

2.5 Et bakteppe av digital psykologi, økonomi og makt

Politisk kommunikasjon gjennom sosiale medier skjer i en kontekst av digital makt, der et fåtall aktører kan bestemme spillereglene (for eksempel brukeravtaler), de bakenforliggende algoritmene og teknologiene, hvor brukerne har begrenset reell mulighet til å forstå hensikt og konsekvens for seg selv. Kunstig intelligente

³⁵ Moe H & Sariakassen H (2019). Norway. In: Newman N, Fletcher R, Kalogeropoulos A & Nielsen RK (Eds.). Reuters Institute Digital News Report 2019, s. 65-66. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

³⁶ Engesser S, Ernst N, Esser F & Büchel F (2016). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), s. 1009-1026.

³⁷ Stark B, Magin M & Jürgens P (2017). Ganz meine Meinung? Informationsintermediäre und Meinungsbildung – eine Mehrmethodenstudie am Beispiel von Facebook. [I second that!? Information intermediaries and opinion formation – a mixed-methods study taking the example of Facebook.] Düsseldorf: LfM.

³⁸ Marwick A & Lewis R (2017). Media Manipulation and Disinformation Online. *Report*. New York: Data & Society Research Institute.

³⁹ Kalogeropoulos A, Fletcher R & Nielsen RK (2018). News brand attribution in distributed environments: Do people know where they get their news? *New Media & Society*, 21(3), s. 583-601

⁴⁰ Sadeghian A, Zamani M & Shanmugam B (2013). Security Threats in Online Social Networks. 2013 International Conference on Informatics and Creative Multimedia; Ireton C & Posetti J (2018). Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Paris: UNESCO.

⁴¹ Zannettou S, Sirivianos M, Blackburn J & Kourtellis N (2019). The Web of False Information: Rumors, Fake News, Hoaxes, Clickbait, and Various Other Shenanigans. <https://arxiv.org/abs/1804.03461>

⁴² Bennett WL & Livingston S (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), s. 122-139.

algoritmer påvirker informasjonen vi eksponeres for, uten at vi som brukere ser eller er klare over hvilke data som brukes for å påvirke.

I den digitale sfæren er vi i økende grad omgitt av algoritmer som både innsnevrer og utvider mulighetsrommet i form av valgmuligheter, råd eller dytt i ulike retninger. Det er et åpent spørsmål hvor godt vi evner å ta selvstendige valg under slik algoritmisk påvirkning. De store teknologiske selskapene vet mye om oss, mens vi vet lite om dem. Personlig informasjon er blitt en vare med høy verdi for et bredt spekter av (ukjente) brukere og aktører.⁴³ Denne radikale nye formen for "overvåkingskapitalisme" har til hensikt å forutsi og påvirke menneskelig atferd som et middel til å produsere inntekter og markedskontroll. Mens overvåkingspotensialet tidligere var forbeholdt en "Big Brother" i form av statlige aktører, har private selskaper nå fått store muligheter for å samle inn og analysere informasjon om brukere av digitale tjenester. Dette kan omtales som en "Big Other", hvor vi påvirkes av data og systemer vi som brukere ikke har oversikt over eller har kunnskap om.⁴⁴

Den fremskridende overvåkingskapitalismen er spesielt relevant med tanke på unge mennesker ved at algoritmer på Internett også former identiteter, noe som kan bli en økt utfordring i fremtiden når vi skal vurdere faren for illegitim påvirkning på morgendagens velgere.⁴⁵

I løpet av prosjektperioden påvirket NRK nettopp unge via sosiale medier i et eksperiment for å manipulere resultatet fra skolevalget ved Lillestrøm videregående skole. I den påfølgende debatten er det hevdet at "Norge er maktesløse mot organisert påvirkning av valg".⁴⁶ Vi har verken teoretisk eller empirisk belegg for å underbygge eller avkrefte en så dramatisk påstand. Det vi vet mer sikkert er at grenseoppgangen mellom kommersielle og politiske interesser og påvirkning blir uklare på digitale plattformer. Årsaken er den kaotiske miksen av kommersielle, politiske, mellomstatlige og kriminelle motivasjoner, hvor alle ønsker å fange brukeres oppmerksomhet. Digital makt utøvd gjennom digital psykologi og økonomi er derfor et viktig bakteppe for å forstå digital informasjonspåvirkning.

3 Analytisk rammeverk og metodisk tilnærming

Å studere informasjonspåvirkning fra internasjonale aktører er svært utfordrende. Ambisjonen i dette prosjektet har derfor vært avgrenset til å identifisere mulige målrettede og koordinerte påvirkningsaktiviteter fra utenlandske aktører via enkelte utvalgte tradisjonelle, alternative og sosiale medier. På Internett representerer disse mediene en massiv, interaktiv elektronisk informasjonsstrøm hvor påvirkningsaktører vil unngå å bli avslørt. Derfor, selv med avgrensning til enkelte medier, plattformer og modaliteter (tekst og ikke bilder) er utfordringen fortsatt knyttet til en identifisering av "nåla i høystakken".

For å kartlegge et hensiktsmessig utvalg av medier og informasjon for analyse i dette prosjektet, har vi anvendt dataverktøy. Dette verktøyet har hjulpet oss i å samle inn og strukturere relevante data fra åpne kilder på Internett (f.eks. Facebook, Twitter). Vi har i tillegg benyttet kvalitative og kvantitative metoder for å analysere dataene på en systematisk måte, med den hensikt å finne mønstre og mistenkelig aktivitet. Tidsrommet for datainnhenting var fra 5. august til 22. september 2019.

Prosjektdeltakerne kombinerer kompetanse på metoder for å kartlegge sosiale medier og digitale plattformer generelt, og for å analysere informasjonspåvirkning spesielt. Den tekniske delen av prosjektet er gjennomført av nøkkelpersonell fra SINTEF Digital med kompetanse og bred erfaring innen systemering, avansert

⁴³ Zuboff S (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. Journal of Information Technology, 30(1), s. 75-89.

⁴⁴ Zuboff S (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. Hachette: New York.

⁴⁵ Brandtzæg, P B (2019). Det algoritmiske selvet: Identitet blant barn og unge på internett – før, nå og i fremtiden.. I nyhetsbrev *Voksne for barn*, s. 76-91. Hentet fra: <https://www.vfb.no/artikler/barn-i-norge-2019/>

⁴⁶ Flydal E F & Lien M S (2019, 17.09). Jusprofessor advarer etter NRK-eksperiment: - Norge er maktesløse mot organisert påvirkning av valg, VG. Hentet fra: https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/70L5a3/jusprofessor-advarer-etter-nrk-eksperiment-norge-er-maktesloese-mot-organisert-paavirkning-av-valg?utm_source=vgfront&utm_content=row-2

dataanalyse, søketeknologi, maskinlæring og kunstig intelligens. For den kvalitative analysen bidrar SINTEF Digital dessuten med personell som har samfunnsvitenskapelig kompetanse med vekt på samfunnssikkerhet og internasjonale relasjoner, samt erfaring med og kunnskap om kvalitative metoder, samfunn og politikk.

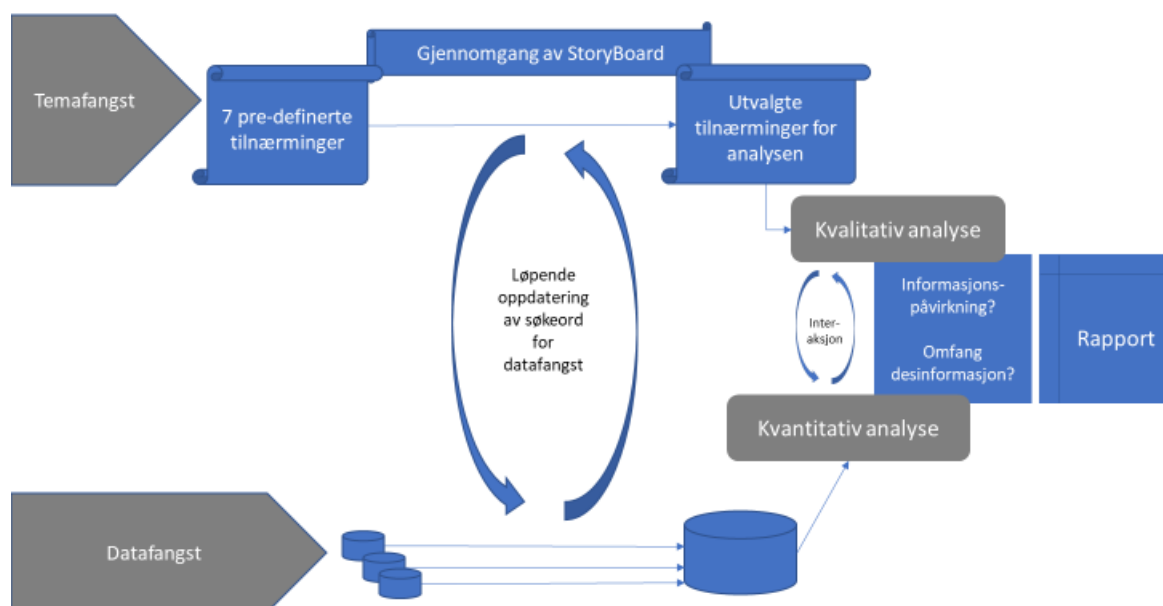
Samarbeidspartnerne fra Universitetet i Oslo, NTNU og Karlsen Consulting har bidratt med tung kompetanse om nye og tradisjonelle medier, sosiale mediers rolle i politisk kommunikasjon, demokratiprosesser, strategisk kommunikasjon, påvirkningsoperasjoner fra internasjonale aktører, samt kvalitative forskningsmetoder.

Vi har tatt utgangspunkt i en forforståelse av trussellandskapet og aktørbildet (som beskrevet over), identifikasjon av relevante data, forventede markører og empiriske mønstre som kan indikere funn av uønsket påvirkning. Samtidig er tilnærmingen datadrevet fordi det er dataene vi har samlet inn som vil gi indikasjoner på mulig informasjonspåvirkning i forbindelse med valget.

Med utgangspunkt i prosjektets mandat undersøker dette prosjektet to overordnede forskningsspørsmål:

- (1) Var det utenlandske informasjonspåvirkningskampanjer i forkant av og under det norske lokalvalget i 2019, og hvis så, på hvilken måte virket disse?**
- (2) Om utenlandsk informasjonspåvirkning, hvor stort var omfanget av desinformasjon i norske medier i forbindelse med valget?**

For å tilnærme oss forskningsspørsmålene har prosjektarbeidet hatt en tett kobling mellom kvantitativ og kvalitativ analyse. Graden av interaksjon varierte imidlertid over de ulike fasene. Figur 1 viser de fire hovedaktivitetene temafangst, datafangst, kvantitativ analyse av rådata og kvalitativ innholdsanalyse.



Figur 1: Hovedaktiviteter og grunnelementer i prosjektgjennomføring fra august til november 2019

Temafangst ble gjennomført før datainnsamlingen, hvor vi identifiserte syv aktuelle tilnærminger for informasjonspåvirkning i et norsk lokalvalg som utgangspunkt for vår datainnsamling og analyse. Identifiseringen baserer seg på eksisterende forskning, erfaringer med digital informasjonspåvirkning fra andre land og en vurdering av dagens politiske debatt (se kapittel 2). I noen tilfeller kan tilnærmingene være overlappende:

1. Økt polarisering og politisk konfliktnivå: Særlig aktuelle tema er konflikt om bompenger, innvandring, klima og vindkraft. Ofte gjøres dette ved støtte til grupper på begge sider som er i konflikt, og det kan også involvere bruk av mellommenn/proxies.
2. Forsterke sentrum-periferi konflikt: Dette gjelder særlig forholdet mellom Finnmark og sentrale myndigheter, herunder forholdet til Russland, samt fylkessammenslåing. I bredere forstand vil det gjelde sentrum-periferi og distriktspolitikk generelt.
3. Påvirkning av tema og støtte til kandidater og partier som har forståelse for russiske interesser. Aktuelle tema er særlig sanksjoner mot Russland, alliert militært nærvær og øvelser i Norge, norsk og alliert etterretningsvirksomhet, missilforsvar, Globus-radaren i Vardø, samt forholdet til USA.
4. Forsøk på å påvirke tilliten til valgprosessen, valgresultatet, valgte kandidater og partier, og det politiske systemet og norske myndigheter mer generelt, herunder ubegrunnede påstander om valgfusk.
5. Forsøk på å redusere valgdeltakelsen. Dette kan gjøres ved å påvirke viljen til deltakelse, eller ved å spre feilaktige opplysninger om hvordan man praktisk skal delta.
6. Spredning av kompromitterende opplysning som er oppkonstruerte eller tilkommet på illegitimt vis som eksempelvis hacking, avlytting og forfalskede videoer og annet materiale.
7. Målrettet annonsering for å underbygge temaene over.

Som en del av temafangsten ble de syv tilnærmingene operasjonalisert gjennom en samling av relevante tematiske søkeord i en søkeordliste, som videre ble brukt i indekseringen og analysen av datamaterialet. Søkeordene ble benyttet i sanntidsanalysen av Twitter da prosjektets rammer krevde en avgrensning på hva som skulle høstes (se vedlegg A for nærmere beskrivelse og komplett søkeordliste).

For å undersøke spredning av desinformasjon mer spesifikt, ble det i tillegg utledet et sett av norske forsterkende ord og uttrykk. Eksisterende forskning viser at enkelte ord og uttrykk er veldig typiske for desinformasjon på Internett.⁴⁷ Vi identifiserte manuelt kjennetegn for desinformasjon som skiller seg ut fra middelverdien, samt operasjonaliserte dette for indeksering og videre analyse av datamaterialet (se vedlegg B for nærmere beskrivelse og komplett nøkkelordliste). Videre gjorde vi søk i datamaterialet etter kombinasjonen store bokstaver, flere utropstegn og/eller spørsmålstegn, med utgangspunkt i at falske nyheter ofte inneholder disse elementene for å tiltrekke oppmerksomhet.⁴⁸ Ut ifra denne operasjonaliseringen var det mulig å gjøre søk i datamaterialet med den hensikt å flagge mulig mistenkelig informasjon.

Parallelt har prosjektteamet benyttet seg av tjenesten StoryBoard. Det er et verktøy for analyser av sosiale medier som hjelper journalister, redaktører og medieanalytikere å få et fullstendig bilde av hvilke historier som deles i sosiale medier. Dette er et av verktøyene de fleste store mediene i Norge bruker til å måle spredning av nyhetssaker i sosiale medier.

Datafangst har vært gjort løpende fra prosjektoppstart, hvor vi har benyttet oss av kommersiell programvare og egenutviklede dataverktøy for å høste data hvor prosessene måtte spesialtilpasses for de ulike digitale plattformene. På grunn av tids- og ressursrammer ble utvalget av digitale plattformer som det ble samlet data fra begrenset til noen av de mest sentrale plattformene med størst potensiale for å påvirke velgere. Prosjektet

⁴⁷ Se f.eks. Chong, M (2019). Discovering fake news embedded in the opposing hashtag activism networks on Twitter: #Gunreformnow vs. #NRA. *Open Information Science*, 2019(3), 137-153; Horne, BD & Adali, S (2017). This just in: Fake News packs a lot in title, uses simpler repetitive content in text body, more similar to satire than real news. *The Workshops of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media*. AAAI Technical Report WS-17-17: News and Public Opinion, 759-766; Blaine, T & Boyer, P (2018). Origins of sinister rumors: A preference for threat-related material in the supply and demand of information. *Evolution and Human Behavior*, 39(2018), s. 67-75.

⁴⁸ Medietilsynet (n.d.). Stopp. Tenk. Sjekk. Hentet fra: https://medietilsynet.no/mediebildet/slik-avslorer-du-falske-nyheter/#anchor_8308

har undersøkt sosiale medier (et utvalg av åpne Facebook-sider og Twitter), tradisjonelle medier (NRK, VG, Aftenposten og E24) og alternative medier (Resett, Document og Human Right Service).

Data innsamlet fra ulike kilder ble deretter indeksert på tvers av datamaterialet. Dette muliggjorde tverrgående analyse for å se spredning og aktivitet på tvers av de ulike plattformene og for å indikere målrettede forsøk på informasjonspåvirkning. En stor utfordring i dette prosjektet var at innsamlet data, spesielt fra sosiale medier, er høyst ustrukturert og med varierende kvalitet. Repeterte innhentinger medførte duplikasjoner av kommentarer, hvor nettsteder som støtter fri form i kommentarer byr på komplikasjoner når dataformatet skal standardiseres på grunn av stor variasjon i språk og syntaks. For eksempel er koding av knapper i et kommentarfelt utfordrende når man ønsker å hente frem flere kommentarer fra ulike plattformer. Vespa⁴⁹ ble brukt som hovedverktøy for datalagring, søk, rangering og deling av innsamlet data. Vespa er optimalisert for maskinlæring, har svært gode muligheter for fortløpende justering med hensyn til funn og trender i datamaterialet, og kan i tillegg indeksere og søke i sanntid samtidig.

Den **kvantitative analysen** er basert på konfigurasjon av Vespa-funksjoner og et teknisk oppsett av en søkemotor koblet mot et grafisk brukergrensesnitt. Dette grensesnittet ble også benyttet for den **kvalitative analysen** som også har vært sentralt i prosjektet. Mange tidligere studier av desinformasjon har fokusert på innholdet i artikler med falske nyheter, innlegg eller tweets, men ser knapt på kommentarene på Facebook eller på ulike nettsteder.⁵⁰ I tillegg dominerer så langt kvantitative studier med bakgrunn i datavitenskap, hvor det kun er noen få kvalitative studier.⁵¹ Gjennom en tett sammenkobling mellom kvantitativ og kvalitativ analyse tar vi et steg videre med vår analyse.

Vår metodiske tilnærming og utvalget av digitale plattformer er nærmere beskrevet i vedlegg C.

3.1 Begrensninger og etiske hensyn

I tillegg til begrensninger i selve datainnsamlingen, har prosjektet tatt etiske og sikkerhetsmessige vurderinger knyttet til ytringsfrihet og personvern.

I et ytringsfrihetsperspektiv er det vanskelig å skille informasjonspåvirkning generelt fra uønsket og illegitim informasjonspåvirkning. Det kan også være flytende overganger knyttet til falske nyheter og ikke-falske nyheter. Åpen samfunnsdebatt og meningsmangfold er en forutsetning for demokratiet, og ikke minst i forbindelse med et fritt og demokratisk valg. Det er selvsagt helt legitimt å være uenig med norske myndigheter eller kritisk til norsk politikk og demokratisk praksis. Det er også legitimt å være enig med fremmede staters synspunkter, eksempelvis Russland, og kritisk til norsk politikk overfor andre stater. Prosjektet har derfor vært oppmerksom på og søkt å unngå det som kan (mis)forstås som kartlegging eller rangering av meninger gjennom valgkampen.

Personvern har vært en utfordring fordi datainnsamlingen fra ulike digitale plattformer, som sosiale medier og nyhetsmedier, innebærer innsamling av persondata. Innsamling av persondata krever strenge personverns- og sikkerhetstiltak. Prosjektet og ulike sikkerhetstiltak gjennomført i prosjektet er godkjent av Norsk senter for forskningsdata (NSD), samt at en personvernkonsekvensutredning (DPIA) av prosjektet ble gjennomført og godkjent før prosjektoppstart.

⁴⁹ Se <https://vespa.ai/>

⁵⁰ Se f.eks. Horne BD & Adali S (2017). This just in: Fake News packs a lot in title, uses simpler repetitive content in text body, more similar to satire than real news. *The Workshops of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media*. AAAI Technical Report WS-17-17: News and Public Opinion, 759-766. Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science* 359, 1146-1151; Chong, M (2019). Discovering fake news embedded in the opposing hashtag activism networks on Twitter: #Gunreformnow vs. #NRA. *Open Information Science*, 2019(3), 137-153.

⁵¹ Zhou X & Zafarani R (2018). Fake News: A survey of research, detection methods, and opportunities. arXiv preprint arXiv:2492706 (2018).

Juridiske aspekter, for eksempel knyttet til bestemmelser i Valgloven og lovlighet av konkrete ytringer faller utenfor dette prosjektets mål og innretning.

Prosjektet har kun data fra en begrenset tidsperiode opp mot valgdagen og rett etter. Tidsrammen for datainnsamling gikk fra 5. august til 22. september. Oppstartdatoen for datainnsamling er et resultat av endelig godkjenning fra NSD. Datainnsamlingen pågikk noen uker etter valget for å fange opp eventuelle hendelser av betydning etter gjennomført valg. Den tekniske implementasjonen for innhenting av data har også vært begrenset i form av at den ikke kan innhente all data, men bare et utvalg. Alle disse begrensingene vil selvfølgelig kunne resultere i at data som burde vært samlet inn og analysert ikke blir det. Likevel, dette ble vurdert som en nødvendig begrensing med tanke på ressursene og tiden som var tilgjengelig i prosjektet.

4 Analyse

I dette prosjektet undersøkes en mulig uønsket og illegitim informasjonspåvirkning fra eksterne statlige og ikke-statlige aktører knyttet til lokalvalget i 2019. Vi søker å avdekke kjente påvirkningstaktikker og identifisere nye påvirkningsmønstre ut fra dataanalysen. Dette kan gi indikasjoner på menneskestyrt, men også automatisert påvirkning med varierende grad av menneskelige bidrag. Indikasjoner kan være karakteristika ved innholdet i budskapet og narrativene som benyttes, samt identifikasjon av bots i den kvantitative analysen av data. Likevel, det er vanskelig å konkludere sikkert om ulike funn.

Erfaringer fra lignende undersøkelser av andre valg viser at det er krevende å koble konkrete tilfeller av desinformasjon og påvirkningskampanjer til enkelte aktører. De som sprer desinformasjon og falske nyheter har også en sterk interesse av å skjule alle spor. For å belyse forskningsspørsmålene har vi derfor gjennomført en rekke ulike analyser, både kvantitative og kvalitative, som beskrives i det følgende.

4.1 Omfang i antall delinger av nyhetssaker på Facebook under og rett etter det norske valget i 2019

En analyse av de mest delte sakene på Facebook under valgkampen i perioden fra 8. august frem til 13. september, rett etter valget, ble gjennomført for å analysere hvilke nyhetssaker som genererte mest trafikk og oppmerksomhet på Norges mest brukte medium. Videre ønsket vi å studere brukertrafikken og oppmerksomheten til saker delt på Facebook av alternative medier. I tillegg kunne vi gjennom en slik Facebook-analyse muligens finne nyhetssaker delt av mistenkelige utenlandske aktører.

Alternative medier er her definert (som i vedlegg C) til å være Resett.no, Rights.no og Document.no, mens tradisjonelle medier er definert til å være profesjonelle medieaktører som TV2.no, NRK.no, Dagbladet.no (DB) og VG.no. I søkene ble det også treff på Steigan.no, Miff.no og Lykten.no. Disse kan karakteriseres som nærmere alternative medier enn tradisjonelle medier, men er likevel forskjellig fra typiske alternative medier.

For å gjennomføre denne analysen anvendte vi StoryBoard. Vi utviklet et spesialtilpasset brukergrensesnitt som aggregerte data fra StoryBoard for å kunne observere utvikling og trender i det store mediebildet og for å se etter mønstre i deling av nyheter i sosiale medier, også på plattformer vi i utgangspunktet ikke samlet data fra. Utvalget i datamaterialet i perioden fra 8.august til 13.september var totalt 2759 nyhetssaker delt på Facebook. Merk at vi i denne analysen kun har fokusert på delinger av nyhetssaker på Facebook. Vi har ikke målt delinger i andre sosiale medier eller likes på Facebook.

Blant de 20 mest delte nyhetssakene på Facebook i StoryBoard-datamaterialet (se Figur 2), fant vi stor sett saker fra de større tradisjonelle mediene som NRK, VG, TV2, Vårt Land (Verdidebatt) og DB (Dagbladet). I tillegg fant vi en klippsak fra underholdningsnettstedet Newsner. I følge Faktisk.no (Norges faktasjekktjeneste) produserer Newsner klikk- og delingsvennlige kuriositeter på løpende bånd. Videre skriver Faktisk.no at

spredning i sosiale medier er selve formålet med innholdet deres.⁵² Newsner ligner på nettstedene Sosialnytt og Onlinenytt.

I de tjue mest delte sakene på Facebook finner vi innholdsmessig saker som omhandler Anne Grete Preus sin død, en plutselig økning i hundedød, helse og innvandring. Hundesykdommen som bredte seg på sensommeren fikk stor mediedekning og oppmerksomhet rett før valgdagen, fra og med 4.september. Anne Grete Preus sin død 25.august 2019, var en annen hendelse som fikk stor medieoppmerksomhet både i sosiale og tradisjonelle medier, også i dagene frem mot valget. Disse nyhetssakene, og ingen typiske valgsaker preget derfor delingstoppen på Facebook i dagene før og etter valget.



Figur 2: De tjue mest delte sakene på Facebook ifølge analyser av data fra StoryBoard i perioden fra 8. august frem til 13. september 2019

Det ble i datamaterialet fra StoryBoard ikke funnet Facebook-delinger trigget fra utenlandske kampanjer.

Når vi manuelt går igjennom de 100 mest delte sakene på Facebook, finner vi imidlertid også delinger fra alternative medier som Document.no, (5 stk. på topp 100) og Resett (kun 1 på topp 100). Nettstedet Lykten har to saker inne på topp 100 på Facebooks mest delte nyhetssaker i Norge:

- 226 Facebook-delinger (13.august, 2019): "Muslimer feirer høytid ved å torturere ihjel ku"⁵³

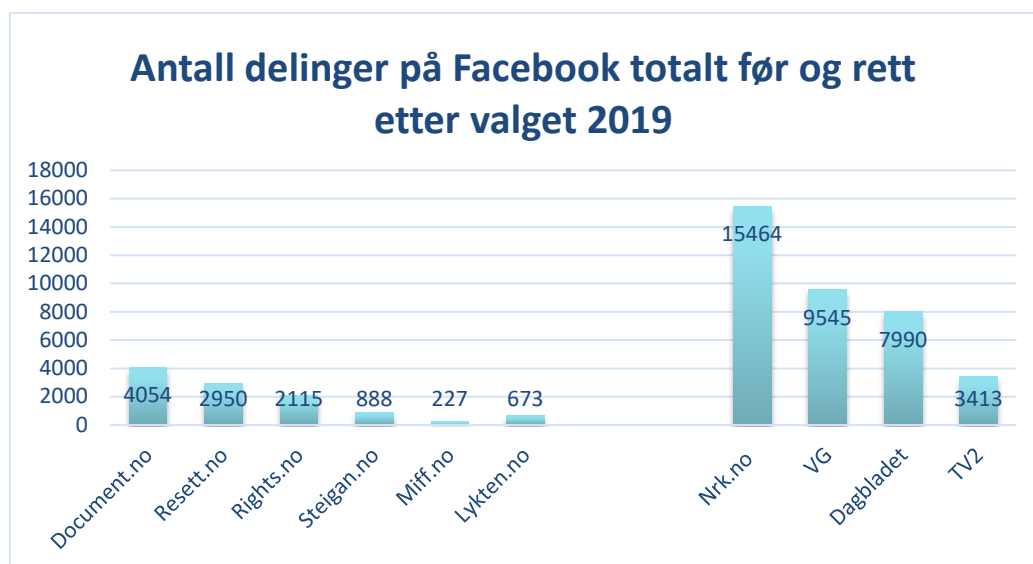
⁵² Faktisk.no (2018, 07.09). Innsikt: En dårlig sommer for løgnfabrikkene. Hentet fra: https://www.faktisk.no/artikler/XEN/en-darlig-sommer-for-lognfabrikkene?fbclid=IwAR1UrojabkKngOK0LBFOOnRIKP1TTkvcX1XDjJGJC6_4jFkV3vEXT32-Lsow

⁵³ Lykten.no (2019, 13.08). Muslimer feirer høytid ved å torturere ihjel ku. Hentet fra <https://www.lykten.no/islam/muslimer-feirer-hoytid-ved-a-torturere-ihjel-ku>

- 206 Facebook-delinger (21.august, 2019): "Mens innvandrere får gratis bolig så dør en hjemløs brite hver 19. time i Storbritannia"⁵⁴

Merk at dette gjelder antall delinger, men at vi ikke har gjort en manuell vurdering av konteksten for delingen, hvor for eksempel noen kan ha delt sakene for å latterliggjøre avsender. Lykten.no er en relativt liten nasjonalkonservativ mediesatsing, som stort sett publiserer innvandrings- og Ap-kritiske artikler. På nettsiden beskrives Lykten som et korrektiv til redaktørstyrte medier og som ønsker å være et tilskudd til "informasjonskrigen". Nettstedet het tidligere "Ordet er mitt", og før det igjen "Frie ord". Lykten fikk senest i mars 2019 en større spredning av påstanden om at 75 prosent av SVs stortingsrepresentanter aldri har hatt jobb. Faktisk.no faktasjekket påstanden og konkluderte med at påstanden var falsk.⁵⁵

For å forstå mer av delingsomfanget i perioden før og rett etter valget sammenlignet vi også delingen av nyhetssaker fra alternative medier og tradisjonelle medier. Det er interessant å merke seg at Document.no hadde flere nyhetsdelinger på Facebook enn TV2. Den generelle trenden er at tradisjonelle medier får flest delinger på sine nyhetssaker på Facebook. På samme tid, alternative medier, som Resett.no, Rights.no og Document.no, og andre, som Steigan.no, Miff.no og Lykten.no, har imidlertid betydelig og antagelig økende, nyhetsspredning på Facebook.



Figur 3: Sammenligning mellom ulike medier i totale antall delinger på Facebook under valgkampen ifølge analyser av data fra StoryBoard i perioden fra 8. august frem til 13. september 2019

Vi fant i dette utvalget ingen holdepunkter på utenlandsk innblanding på Facebook.

4.2 Kvantitativ analyse av innsamlet datamateriale

4.2.1 Kryssjekk mot kjente bots

Med utgangspunkt i at bruk av bots er en strategi som ofte benyttes i kampanjer for påvirkning, hvor bots i hovedsak har blitt brukt på Twitter, gjennomførte vi en analyse av Twitter-dataene for å kryssjekke det

⁵⁴ Lykten.no (2019, 21.08). Mens innvandrere får gratis bolig så dør en hjemløs brite hver 19. time i Storbritannia. Hentet fra: <https://www.lykten.no/notiser/mens-innvandrere-far-gratis-bolig-sa-dor-en-hjemlos-brite-hver-19-time-i-storbritannia/>

⁵⁵ Nei, det stemmer ikke at 75 prosent av SVs stortingsrepresentanter aldri har hatt en jobb, Faktisk (2019) <https://www.faktisk.no/faktasjekker/zZQ/nei-det-stemmer-ikke-at-75-prosent-av-svs-stortingsrepresentanter-aldri-har-hatt-en-jobb>

innsamlede datamaterialet med kjente russiske bots som er identifisert i forbindelse med spredning av desinformasjon. For å kunne effektivt søke gjennom kjente bots i det eksisterende datamaterialet laget vi en samlende liste av russiske bots som består av data fra:

1. Lister publisert av Twitter bestående av brukernavn fra IRA (kjent russisk trollfabrikk) og russiske bots fra 2019. Dette ble kombinert med en liste av kjente IRA bots som tilsammen ble 160 brukernavn
2. 2848 brukernavn og Twitter "handles" fra ca. 3 millioner tweets fra en tidligere analyse utført i USA ("The FiveThirtyEight story"). Disse brukernavnene ble lagt til datamaterialet fra punkt 1

Dette medførte en kombinert ordliste på 2998 kjente bots og disse ble søkt etter i vårt datamateriale. Vi benyttet oss av direkte søk (eksakt string matching), men også wildcard-søk for å lete etter referanser og kryssreferanser. Kryssreferansesøket fant ingen eksakte matcher og kun falske positiver. Vi fant dermed ingen kjente bots i vårt datamateriale. En mulig forklaring kan være at Twitter alt har suspendert disse.

4.2.2 Kryssjekk mot nettsteder assosiert med useriøst innhold

Som nevnt kan det være flytende overganger knyttet til falske nyheter og ikke-falske nyheter. Det er heller ikke alltid lett å identifisere desinformasjon hvor for eksempel nyheter kan være delvis sanne og forkledd som verifiserte nyheter, men som ikke er det. For å undersøke om det foregikk en systematisk spredning av desinformasjon gjennomførte vi derfor en automatisert kryssjekkdatabasanalyse for å lokalisere hvor i datamaterialet vi muligens kunne gjenfinne nettsteder som er assosiert med useriøst innhold.

Til dette formålet ble det laget en liste over nettsteder kjent for å spre enten desinformasjon, sensasjons- eller tulleinnhold eller manipulert informasjon, nettsteder klassifisert som løgnfabrikker eller nettsteder kjent for å prøve å spre politiske beskjeder ofte på falske grunnlag (se vedlegg D). Disse ble identifisert av tidligere gjennomganger av mindre troverdige nettsteder gjennomført av Filternyheter,⁵⁶ Faktisk.no,⁵⁷ hanspetterinfo,⁵⁸ i tillegg til en gjennomgang av Petter B. Brandtzæg.⁵⁹ De fleste av disse nettstedene holder til på ytre høyrefløy, publiserer innvandringskritisk propaganda og inneholder ofte dårlig verifiserte nyhetsinnslag med diffuse kilder. Noen av disse nettstedene mangler mulighet for kontakt, og det er derfor uklart hvem som faktisk står bak nyhetene. Nettstedene forplikter seg typisk heller ikke til pressens Vær Varsom-plakat. I tillegg er det flere av nettstedene som publiserer opplysninger som er oppdiktete eller fremstår som humornettsteder.

Dette ble kryssjekket mot vårt datamateriale med kommentarer fra det norske valget som hadde to hovedkilder for brukergenerert innhold på norske nyhetsnettsteder og deres kommentarer: Disqus og Facebook comments plugin. *Disqus* er en verdensomspennende hostingtjeneste for bloggkommentarer for nettsteder og online fellesskap som bruker en nettverksplattform. Flere av de norske nettavisene bruker denne tjenesten. *Facebook comments plugin* er en verdensomspennende hostingtjenestene som brukes av flere blogger og nettaviser, hvor folk kan bruke sin egen Facebook-profil til å kommentere i kommentarfeltene.

Vi identifiserte mange av brukerne på disse nettstedene som aktive også i diskusjonene som er avspeilet i vårt datamateriale rundt valgtidspunktet. I noen tilfeller er imidlertid slike analyser ikke helt presise fordi de ikke innebærer en manuell vurdering av hvert enkelt søketreff. Dette medførte at vi fikk opp individuelle Disqus-profiler som nødvendigvis ikke var representanter for de mindre troverdige nettstedene, men som representerer en enkeltaktør med samme navn. Det var i noen tilfeller også umulig å finne ut av om aktøren var en robot, eller finne mer bakgrunnsinformasjon som kunne gi mer informasjon om profilen. En av disse var umulig å

⁵⁶ Filter Nyheter (2017, 26.08). Dette er de norske nettavisene du bør være på vakt mot i valgkampen. Hentet fra: <https://filternyheter.no/dette-er-de-ni-norske-nettstedene-du-bor-vaere-pa-vakt-mot/>

⁵⁷ Faktisk.no (2018, 19.06). Innsikt: Løgnfabrikker laget Norges mest delte saker i mai. Hentet fra: <https://www.faktisk.no/artikler/bA/lognfabrikker-laget-norges-mest-delte-saker-i-mai>

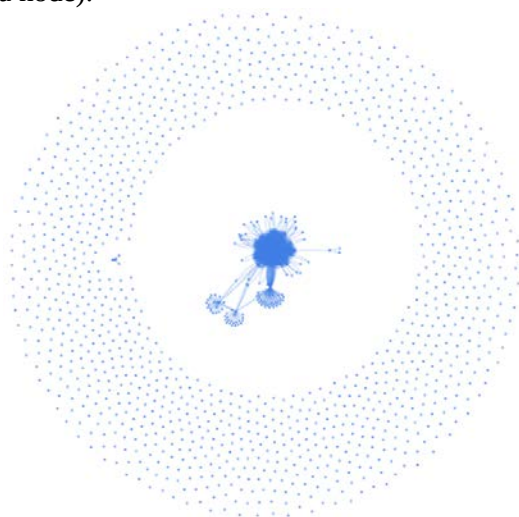
⁵⁸ hanspetter.info (n.d.). Svartelisten.net. Hentet fra: <https://hanspetter.info/svartelisten/>

⁵⁹ Brandtzæg, P B (2017, 11.08). Radikaliseres Norges befolkning på Facebook? Debattinnlegg i *Dagbladet*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/radikaliseres-norges-befolkning-pa-facebook/68583360>

undersøke da den er satt i "privat modus". Uansett er profilen unormalt aktiv, med registrering på over 5000 kommentarer på ulike saker.

Vi identifiserte likevel troverdige delinger av innhold fra den høyreorienterte bloggen Derimot.no på Resett.no sitt kommentarfelt. Det interessante med disse delingene av Derimot.no er at dette overveiende kommer fra en og samme profil. Denne profilen figurerer og deler informasjon på Resett. Vedkommende har ingen følgere, men registreres med over 2000 kommentarer. I kommentarer på Resett er brukeren svært aktiv i å forsvare Russland, selv om det i seg selv ikke trenger å være mistenkelig. Det som fanget vår interesse var den høye aktiviteten i antall kommentarer, men mer inngående undersøkelser tilsier at dette ikke er et systematisk forsøk på utenlandsk informasjonspåvirkning. Utover dette indikerer for eksempel delingen av Derimot.no på Resett at det foregår noe spredning av mer utpreget høyreorientert og innvandringskritisk argumentasjon på alternative medier. Dette er ikke overraskende og definitivt ingen klar indikasjon på utenlandsk engasjement eller påvirkning.

Videre ble det utført flere grafanalyser på mønster av spredning og deling av flere kilder med desinformasjon. Vi identifiserte flere konspirasjonsteorier i kommentarer tilknyttet de mindre troverdige nettstedene fordi de hadde flest tilfeller av sjokkerende og negativt innhold, kombinasjoner av mange utropstegn, spørsmålstegn og blokkbokstaver, samt dårlig skrevet norsk. Grafene ble konstruert ut ifra et sett av brukere identifisert ved manuelle søk i datamaterialet. Blant disse brukerne igjen ble det utført et såkalt bredde-først søk med $n = 5$ i rekursjonsdybde av følgere, både for hvem profilen følger og hvem den følges av. Videre definerte vi et sett av brukere som vi benyttet som grunnbrukere for videre søk. For å identifisere disse brukerne, søkte vi manuelt gjennom postede kommentarer med verktøyene utviklet for dette prosjektet. Etter prefiltrering på språk og tegn fant vi flere gjentakende stikkord i datamaterialet som for eksempel: "Greta Thunberg" kombinert med "George Soros", "globalist" eller "jøde"⁶⁰, og vi adderte disse med brukere som slo ut på prefiltrering. Kombinasjonene av stikkord ble valgt på bakgrunn av svært mange referanser i datamaterialet til konspirasjonsteorier og da spesielt usanne påstander om Greta Thunberg, globalister, inkludert globale konspirasjoner om påståtte bånd til milliardæren George Soros.⁶¹ Figur 4 viser konstellasjonen av brukere som inngår i vårt innsamlede datamateriale og andre nettbrukere som også ble gjenkjent som aktører involvert i spredning av desinformasjon med innhold fra konspirasjonsteorier fra eksterne kilder (hver enkelt bruker er representert i figuren med en blå node).

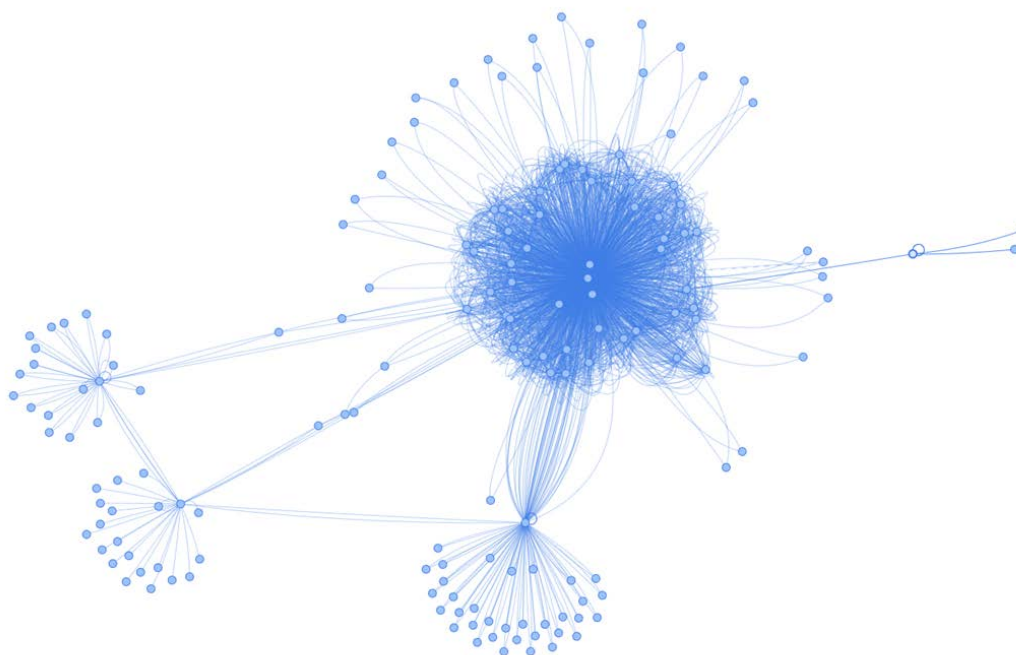


Figur 4: Konstellasjonen som har spredt konspirasjonsteorier og henvisninger til konspiratoriske medier

⁶⁰ Jokertegn utvidelse, se [https://no.wikipedia.org/wiki/Glob_\(programmering\)](https://no.wikipedia.org/wiki/Glob_(programmering))

⁶¹ Disse påstandene har tidligere blitt sjekket av Faktisk.no, se <https://www.faktisk.no/artikler/kRV/skulk-soros-og-utnyttelse-pastandene-som-spres-om-greta-thunberg>

Sfæren av enkeltstående brukere som befinner seg rundt et sentrum av sammenknyttede brukere er lukkede profiler som har blitt identifisert som potensielle postere av desinformasjon i vårt datamateriale, men som vi ikke har kartlagt innbyrdes forhold til. Dette er fordi vi i dette prosjektet ikke hatt mandat til å undersøke lukkede profiler med hensyn til personvernregler. Derfor fokuserte vi på å analysere relasjonene mellom åpne brukere, både hvem de følger og hvem de blir fulgt av. Dette kunne benyttes til å se hvordan budskap av semantisk likhet spredte seg gjennom diverse medier. Relasjonene mellom åpne profiler er vist i følgende figur:



Figur 5 Nærbilde av spredningskonstellasjonen mellom åpne brukere

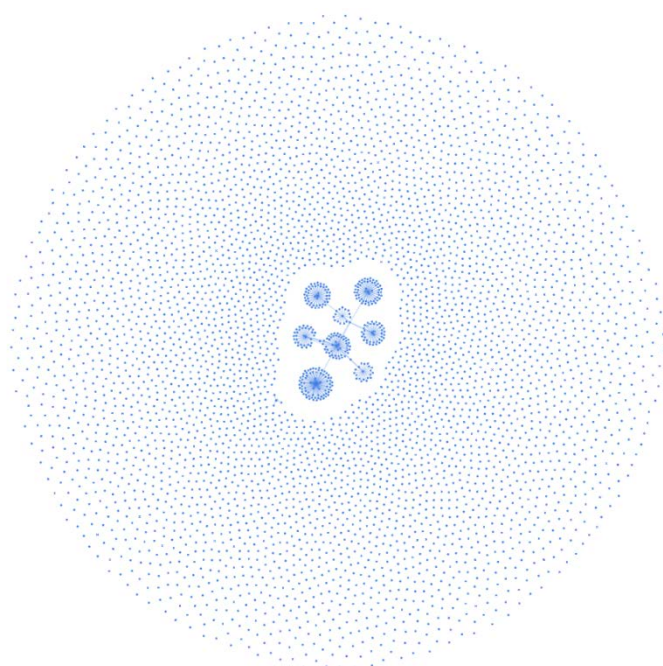
Figur 5 viser at det foreligger kun et fåtall superbrukere som særdeles mange følger og sprer tilsvarende budskap fra. Det som også vises, er at mellom superbrukerne foreligger det noen bindende ledd som kun følger og følges av superbrukerne. Flere av disse profilene har postet lite selv, men har vært aktive i de samme kanalene som superbrukerne. I dette søket var fem nettsamfunn overrepresentert: resett.no, document.no, rights.no, xstra.no og akroma.no. De to sistnevnte er mindre brukt av den bredere offentligheten og er betydelig mer ytterliggående og krass i meningsutvekslingen.

Av de brukerne som utelukkende ble plukket opp av de som sprer konspirasjonsteorier er det mange som selv-sensurerer når de kommenterer på Resett, Document og Human Rights Service i motsetning til når de poster på mindre modererte nettsteder. Blant annet var det mange som klaget over at Document og Resett sensurerer like mye som tradisjonelle medier, samt oppfordringer til andre brukere om å ta hensyn til Resett og moderere språkbruken for å unngå at nettsiden blir kritisert av det øvrige "politisk korrekte" samfunnet.

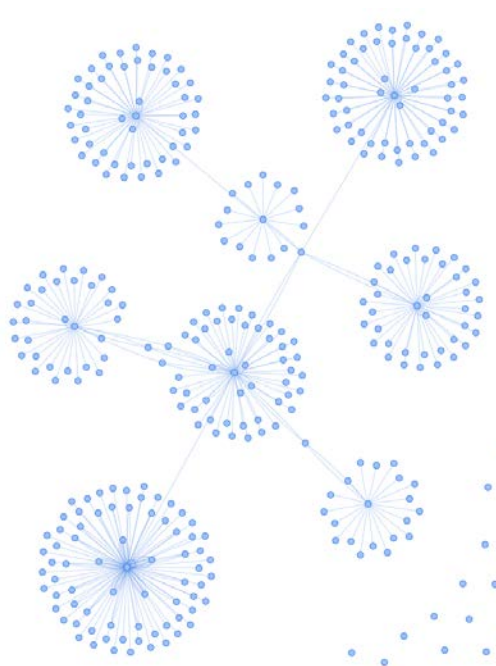
En videre analyse av noen av disse åpne brukerne viser at flere av dem er særdeles aktive og gjerne poster i gjennomsnittet åtte til ni ganger i døgnet i løpet av perioder på sju til ni år, hvor det er stor variasjon mellom dagene. Disse brukerne sprer gjerne tilsvarende budskap, dog med noen forskjeller, og de gjengir ofte superbrukerne identifisert i grafene, men vi kan ikke påvise at noen av disse aktørene er utenlandske. Flere av brukerne har det vært mulig å identifisere basert på historikk og åpne profiler, og alle disse fremstår som nordmenn med norske IP- og boligadresser.

Blant flere av sidene som ble plukket opp i grafsøkene, og som ikke var en del av sidene vi opprinnelig hadde til hensikt å samle data ifra, fant vi også parallelle krypterte kanaler. Flere brukere, men også sider, forum og moderatorer oppfordret til å benytte disse aktivt, hvor spesielt to tjenester ble oppfordret til bruk, Matrix protokollen, som for eksempel i riot.im⁶² og nettleseren dissenter.⁶³ Både innad i de krypterte kanelene, men også på åpne sider var det oppfordringer til både å spre desinformasjon og å manipulere åpne avstemningsmuligheter. Dette vitner om en form for organisert adferd utøvd både av enkeltpersoner og større grupper.

Vi oppdaget videre noen anomalier hvor det ble identifisert en trend som dukket opp fra intet, hvor brukere i vårt lagrede datamateriale spredte informasjon om, samt lenker til både Facebook- og nettsiden til det omdiskuterte nettstedet Sørlandsnyhetene. Blant brukerne vi identifiserte som spredere, fant vi ingen videre referanser til nettstedene etter fullført kommunevalg. Relasjonene imellom sprederne ser ut som følger:



Figur 6: Brukere som har delt informasjon om og lenker til Sørlandsnyhetene



Figur 7: Utsnitt av konstallasjonen mellom åpne brukere fra figur 6

Som vi ser av figur 6 var det særdeles mange lukkede profiler som vi ikke kunne kartlegge grunnet personvern hensyn. Disse illustreres som enkelt-noder som ligger i en sfære rundt superbrukerne og deres nettverk. Et nærmere blikk på relasjonene til de åpne brukerne (figur 7) viser at, i motsetning til brukere som sprer hatefulle ytringer og konspirasjonsteorier, er disse ofte organisert i enveisrelasjoner. Det betyr at det er noen superbrukere som har et flertall av følgere, men selv kun følger en eller to brukere. Disse brukerne som er fulgt av superbrukerne knytter sammen superbrukerne med andre superbrukere uten selv verken å følge eller ha andre følgere. Disse kontoene er ofte kontoer som har få poster, og er ellers rimelig anonyme i sin tilstedeværelse på nettet. Superbrukerne har særdeles mange poster og er langt mer aktiv enn en gjennomsnittlig bruker.

Denne kvantitative analysen indikerer altså en form for organisert nettverksaktivitet for spredning og deling av innhold, og en registrert forskjell i aktivitet i disse nettverkene før og etter valget. Det indikerer også at kontroversielt innhold transporteres mellom nettsteder som har en mer moderert framtoning som fungerer i

⁶² Se <https://about.riot.im/>

⁶³ Se <https://dissenter.com/>

offentligheten (og som inngår vår datainnsamling som beskrevet i vedlegg C), og en mer lukket og ufiltrert konstellasjon av nettsteder som ser ut til å fremme og formidle desinformasjon og lignende på en systematisk måte.

Hvorvidt dette er en tiltenkt operasjonsmåte som er rettet mot valgpåvirkning spesielt, eller om det er en mer generisk egenskap ved de mer skjulte informasjonsstrømmene og meningsdannelsen på Internett, er vanskelig bedømme siden vi mangler detaljert informasjon. Ut fra dette kan vi heller ikke påvise at det foreligger utenlandsk valgpåvirkning, men vi kan heller ikke utelukke dette.

4.3 Kvalitativ analyse av innsamlet datamateriale

Vi hadde også en mer kvalitativ tilnærming til datamaterialet for å undersøke om det har vært forekomst av utenlandsk informasjonspåvirkning. Dette er en viktig tilnærming ettersom kvantitative analyser som baserer seg på rene ordtelinger ikke kan si noe om konteksten ordene brukes i. Dette er avgjørende for å tolke og forstå hva som ligger bak de kvantitative dataene. Da det ikke var gjennomførbart å gjøre en kvalitativ analyse av hele datamaterialet, brukte vi det egenutviklede grafiske brukergrensesnittet for Vespa (se vedlegg C) for å gjøre et utvalg av datamaterialet basert på de tematiske søkeordene med høyest frekvens for hver plattform. For å analysere kvalitativt om det var noen indikasjoner på mistenkelig aktivitet eller målrettet informasjonspåvirkning, tok vi utgangspunkt i våre syv tilnærminger og strategier som ofte benyttes i informasjonspåvirkningskampanjer og systematisk spredning av desinformasjon.

Fordi de som søker å påvirke på digitale plattformer ønsker mest mulig spredning og oppmerksomhet,⁶⁴ fokuserte vi spesielt på strategier som antas å trigge oppmerksomhet. Innhold som for eksempel er overraskende/sjokkerende, følelsesbetont/emosjonelt, som referer til enkeltpersoner, samt negativt innhold tiltrekker ofte oppmerksomhet. Med utgangspunkt i disse fokusområdene, har vi analysert datamaterialet med tanke på argumentasjonsteknikker og sjanger (f.eks. følelser, negativitet, underholdning, personifisering), om innlegg angriper institusjoner eller valgprosessen, i tillegg til språkbruk. Mistenkelig dårlig norsk med for eksempel feil syntaks og semantikk, samt mulig direkte oversettelser fra andre språk har vært en sentral indikasjon.

Basert på Myndigheten för samhällsskydd och beredskap sin liste over strategier for informasjonspåvirkning så vi også etter ondsinnet retorikk for å villed, fordekke eller skremme andre fra å delta i debatten og/eller oppfordringer til demonstrasjoner eller andre aktive handlinger. Vi undersøkte også om det var indikasjoner på budskap som ble repetert av få brukere og brukere som skilte seg ut med uvanlig mange innlegg. For å undersøke en mulig spredning av desinformasjon så vi etter systematisk bruk av forsterkende ord som kan indikere desinformasjon basert på nøkkelordlisten.

4.3.1 Twitter

Twitter ble analysert fra perspektivet at det brukes som en spredningskanal for påvirke. Det ble gjort flere søk på de mest brukte tematiske søkeordene og en vurdering av om det var en systematisk bruk av forsterkende ord basert på nøkkelordlisten. Det ble, som med kryssjekkanalysen av bots, ikke funnet mistenkelig aktivitet som vi fant verdt å analysere videre.

4.3.2 Facebook

Vi har undersøkt Facebook-sidene til politiske partier, politikere, fylkeskommuner og kommuner. Prosjektet har ikke hatt ressurser til å inkludere sidene til enkeltkandidater som stilte til kommune- og fylkestingsvalget, da dette er et uoverkommelig stort antall. Vi har derfor kun undersøkt partiledere, regjeringsmedlemmer og

⁶⁴ Acerbi A (2019). Cognitive attraction and online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(15), s. 1-7; Bessi A, Scala A, Rossi L, Zhang Q & Quattrocioni W (2014). The economy of attention in the age of (mis)information. *Journal of Trust Management* 2014, s. 1-12.

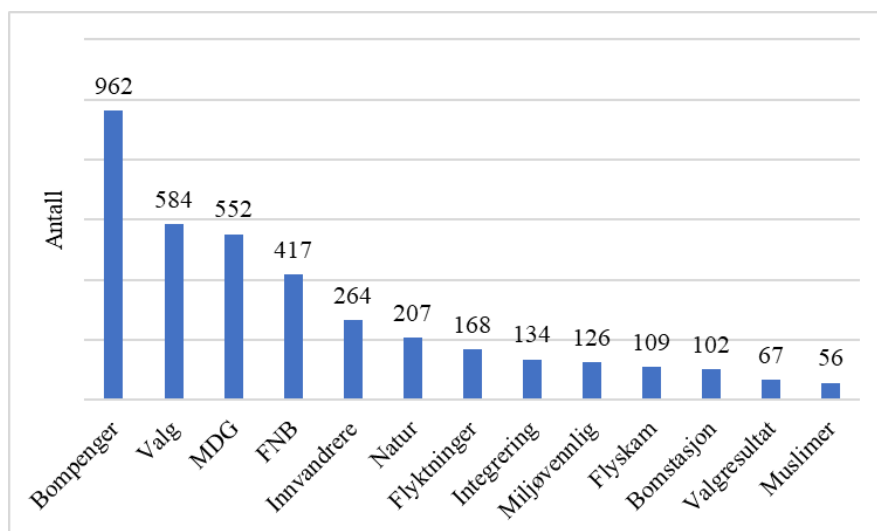
andre sentrale nasjonale politikere i opposisjon. Disse politikerne spilte også en sentral rolle i valgkampen og kunne dermed også ha vært et mulig mål for illegitim informasjonspåvirkning.

Politiske partier

På sidene til de politiske partiene finnes 11.107 kommentarer som inneholder minst et søkeord fra vår tematiske søkeordliste. Høyre, MDG, FrP, Folkeaksjonen NEI til mer bompenger (FNB), KrF og Arbeiderpartiet har flest kommentarer på sine Facebook-sider. Når det gjelder kommentarer som inneholder minst ett nøkkelord som kan være en indikasjon på desinformasjon, skiller Høyre seg klart fra de neste, som er FrP, MDG, KrF, Senterungdommen og Venstre.

I kommentarene på disse Facebook-sidene er det høye diskusjonsnivået slående. Mange argumenterer og kommer med reaksjoner på andre brukers bidrag, noe som i mange tilfeller skaper en reell dialog. Det er ofte positive kommentarer som berømmer partier og politikere, som fremhever deres prestasjoner og ønsker dem lykke til valget. De fleste kommentarene er godt skrevet og inneholder svært sjelden grov språkbruk eller fornærmelser, og det er knapt stavefeil eller engelske begrep. Kritikken formuleres som oftest saklig. Når brukere diskuterer politiske aktører, handler det vanligvis om partiene og ikke om individuelle politikere. Graden av personifisering er derfor lav, men ett unntak er Siv Jensen som forekommer relativt ofte. Vi kunne ikke finne indikasjoner på bruk av automatiserte bots.

Basert på tematiske søkeord med høyest frekvens identifiserte vi enkelte dominerende tema i Facebook-kommentarene: miljø/klima/energi, bompenger, valg/demokrati og innvandring (se figur 8). Det er interessant å se at det viktigste temaet i et lokalvalg er relatert til nasjonal og internasjonal politikk om klima. Klima og bompenger er åpenbart knyttet til hverandre i Facebook-kommentarene, da mange brukere adresserer begge temaene i sine kommentarer.



Figur 8: Antall innlegg med treff i vår tematiske søkeordliste

Når det gjelder miljø/klima kan det tenkes at aktører som ønsker å påvirke vil publisere og spre innhold for å så tvil om menneskeskapte klimaendringer og dermed fyre opp under en polarisert debatt. Klimaskeptikere er absolutt til stede i debatten, spesielt på siden til MDG og spesielt i kommentarer som inneholder ordet "klimakrise". Men det finnes bare 41 av over 11.000 kommentarer fra disse Facebook-sidene som inneholder dette ordet. I tillegg finnes en rekke kommentarer som beskriver menneskeskapte klimaendringer som "løgn". Men det finnes bare enkelte kommentarer som inneholder spesifikke begrep som klimaskeptikere ofte bruker (f.eks. klimahysteri) eller ord som uttrykker en spesiell holdning til klimaendringer (f.eks. flyskam, klimaskam). Mye mer vanlig er nøytrale begreper som eksempelvis "kraftselskap", "klimagasser", "miljøvennlig" eller "naturmangfold". På den andre siden kan selv slike tilsynelatende nøytrale termer brukes

tendensiøst, for eksempel ved ironi eller utsagnet om at du er uenig; for eksempel finnes en kommentar som nevner preferansen for klimavennlig reise som et resultat av hjernevasking. Mye tyder på at klimaskeptiske kommentarer kommer fra reelle brukere og det er ingen indikasjoner på at disse er en del av målrettede kampanjer for å destabilisere det norske demokratiet. Vi vet det mange klimaskeptikere i Norge⁶⁵ og den kvantitative analysen har heller ikke avdekket noen indikasjoner på utenlandsk innflytelse.

Diskusjonen om bompenger har dominert valgkampen i Norge 2019 og kommentarene i sosiale medier. Motstandere av bompenger vekker motstand og uenighet i ulike partiene, spesielt til FrP og FNB. Nesten alle partier, og særlig MDG, blir anklaget av mange for å øke antall bommer og bompenger. Dette er tematikk som også berører sosial ulikhet: Den gjennomsnittlige innbygger eller "de svakeste" må betale ekstra selv om de kanskje ikke har råd til dette, og til tross for at Norge er det rikeste landet i verden. Diskusjonen knyttes til bruk av oljefondene (konsumere i dag eller spare for fremtidige generasjoner). Diskusjonen er på et saklig nivå og det er ingen tegn til illegitim påvirkning. De politiske aktørene blir riktignok ofte anklaget for ikke å oppfylle sine valglofter etter valget. Det har skjedd før og vil skje igjen etter dette valget, derfor kan man ikke tro på løftene, skriver kommentatorene. Slike synspunkter er imidlertid ganske vanlige.

Innvandring og debatten om Norge skal ta inn flere flykninger dominerer også debatten i kommentarene. Noen brukere spør om bestemte partiers posisjonering i innvandringsdebatten. Noen føler seg truet av innvandring og viser til problemer i eget land, innvandringskostnadene og barnefattigdom, men slike negative kommentarer er mye sjeldnere enn man kunne forvente i tilfelle en utenlandsk destabiliseringskampanje. Kommentarene er som oftest saklig formulert, og ikke hatefulle. Det er omtrent like mange kommentarer som fremhever de negative som de positive sidene ved innvandring. De positive fremhever for eksempel at innvandrere også blir skattebetalere. Andre kommentarer påpeker at dette er et nasjonalt tema som ikke angår lokalvalget. Alt i alt er kommentarene til innvandring relativt saklig formulert og er lite preget av hatefull retorikk. Dette taler mot at disse kommentarene er en del av en destabiliseringskampanje. Kvantitative analyser som baserer seg på rene ordtelinger har enkelte begrensninger, og konteksten som ordene brukes i er avgjørende for å tolke og forstå hva som ligger bak de kvantitative dataene.

Når det gjelder forsterkende ord i nøkkelordlisten som kan indikere desinformasjon er det få av disse i kommentarene. Vi har kun 621 treff på disse Facebook-sidene av over 11.000 kommentarer. De fleste ordene faller under kategorien "trusselbasert", hvor bruk av ord knyttet til trusler kan være en strategi for å tiltrekke så mye oppmerksomhet som mulig. På samme tid, det at vi finner flest nøkkelord i denne kategorien kan skyldes at denne kategorien har flest ord (se vedlegg B). Det finnes ingen indikatorer i vårt materiale om at disse ordene er brukt i sammenheng med spredning av desinformasjon. Kommentarer om "vold" adresserer ofte dyrepoliti og dyremishandling, kommentarer om "syk" adresserer sykdom i ordets virkelige forstand og påvirkning på arbeidslivet, og de fleste kommentarene om "terrorister" handler om kjempe mot terrorisme.

Bruk av nøkkelord kategorisert under "Sladder og kjendiser" på partienes Facebook-sider skyldes i hovedsak den hyppige bruken av ordet "gratis". Dette viser begrensningene til en kvantitativ analyse. Bruk av visse ord er ikke nødvendigvis et bevis på desinformasjon, selv om de kan være en indikator av desinformasjon. Ordet "gratis" ble inkludert i nøkkelordlisten fordi det var relatert til svindelsaker om Bitcoin identifisert av Faktisk.no. På politiske partiers Facebook-sider ble "gratis" veldig ofte brukt i kommentarer for å uttrykke hva som bør være gratis (f.eks. skolemat, SFO kjernetid) eller ikke bør være gratis (f.eks. arbeidskraft, privilegier for innvandrere). Dette er helt normale kommentarer fra normale brukere, og viser at man alltid må vurdere enkeltord i sin kontekst.

Et annet begrep interessant med tanke på utenlandske påvirkning er "fake news". Det er interessant i hvilke sammenhenger folk bruker begrepet og, hva de tenker at "fake news" er. I kommentarene om politiske partier brukes begrepet bare sjeldent og i all hovedsak til å antyde at ulike partier (fremfor alt Sp og FrP) formidler

⁶⁵ YouGov (2019, 15.09). International poll: most expect to feel impact of climate change, many think it will make us extinct. Hentet fra: <https://yougov.co.uk/topics/science/articles-reports/2019/09/15/international-poll-most-expect-feel-impact-climate>

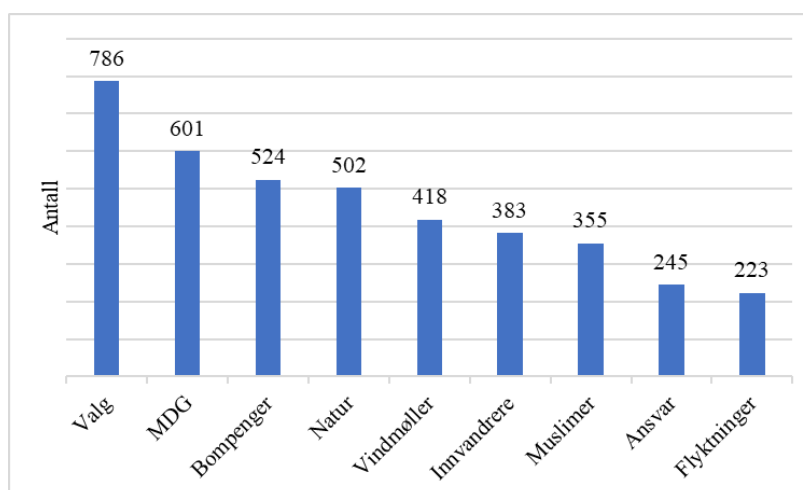
feilinformasjon. Noen ganger blir også andre brukere anklaget for å komme med fake news, selv om dette også er svært sjeldent og av og til kan være ironi. Oppsummert fant vi ingen systematisk bruk av disse forsterkende ordene.

Nasjonale politikere

Når det gjelder Facebook-sidene til nasjonale politikere, finner vi 11.985 kommentarer med treff i vår tematiske søkeordliste. De fleste kommentarer som inneholder minst ett søkeord er fra Facebook-siden til Sylvi Listhaug (med markant høyest antall), Bjørnar Moxnes, Erna Solberg, Audun Lysbakken, Une Bastholm og Siv Jensen. Sidene med flest kommentarene som inneholder minst ett nøkkelord som kan indikere desinformasjon er Sylvi Listhaug (igjen, med markant høyest antall), Audun Lysbakken, Erna Solberg, Bjørnar Moxnes, Siv Jensen og Jonas Gahr Støre. Selv om disse politikerne ikke stiller til valg, viser det at nasjonale politikere spiller en viktig rolle i valgkampen og skaper engasjement, også i et lokalvalg.

På politikernes Facebook-sider bekreftes generelt det relativt høye diskusjonsnivået. Som på Facebook-sidene til partiene, inneholder heller ikke her kommentarene særlig mange personlige fornærmelser. Det er dog en tendens til å basere egne kommentarer mindre på argumenter enn hva var tilfellet på sidene til politiske partier. Partisidene er tilsynelatende det foretrukne stedet for diskusjoner av valgdebatten, mens diskusjoner på sidene til politikerne er mer opptatt av politikerne selv. Dette er ikke overraskende og viser en større personifisering på Facebook-sidene til politikerne. Igjen inneholder de aller fleste av kommentarene ingen stavefeil eller engelske termer som taler for storstilt bruk av bots eller utenlandske aktører som utgir seg for å være norsk.

Figur 9 viser de mest brukte tematiske søkeordene på politikernes Facebook-sider. De dominerende temaene er ikke overraskende de samme som på partisidene: Miljø/klima/energi, valg/demokrati, innvandring (spesielt viktige ord er innvandrere, muslimer og flyktninger) og bompenger. Kommentarene er i hovedsak de samme som på Facebook-sidene til partiene, men med noen forskjeller.



Figur 9: De mest brukte tematiske søkeordene på Facebook-sidene til nasjonale politikere

For temaet valg, ser vi mange positive kommentarer som berømmer politikerne og ønsker dem "lykke til" eller "godt valg". Vi kan trygt anta at slike støttende kommentarer ikke er destabiliseringsforsøk. Imidlertid dominerer kritiske kommentarer der politikere blir kritisert generelt, ofte ikke relatert til spørsmål om spesifikke politiske saker. Kritikken rettes enten mot enkeltpolitikere på deres sider eller til politikere helt generelt, spesielt på grunn av brutte valgløfter. Slike kommentarer uttrykker en mangel på tillit til de politiske elitene. Men det er lite i våre data som tyder på at dette er en del av en destabiliseringskampanje, men heller vanlige borgere som vil uttrykke misnøye med politikernes arbeid.

Klimaendringer er det viktigste temaet i miljørammen på politikernes Facebook-sider. Mange brukere peker på selvmotsigelsen i at visse politikere (f.eks. Audun Lysbakken, Bjørnar Moxnes) på den ene siden tar til orde for mer miljøvern, men på den andre siden ofte bruker fly selv. Det er også en generell diskusjon om man skal fly eller ikke. Andre brukere anser denne diskusjonen som latterlig. I likhet med partienes Facebook-sider, er klimaskeptiske uttalelser særlig i kommentarer som inneholder veldig spesifikke begreper som "klimakrise".

Når det gjelder bompenger er det igjen bare noen få positive kommentarer. De aller fleste avviser bompenger og det reflekterer også en negativ tone i diskusjonen om brutte valgløfter om avskaffelse av bompenger. Videre kritiseres politikerne, særlig fra FrP, for å mangle kompetanse på politisk arbeid. Andre kritiserer at bompenger er det viktigste temaet for mange velgere og hevder for eksempel at klimaendringer og innvandring er viktigere. Dette viser igjen at bompenger og miljø som temaer blir knyttet sammen.

Diskusjonen om innvandring på politikernes Facebook-sider er noe mer negativ enn på sidene til partiene. Negativiteten er spesielt uttalt på FrP-politikernes Facebook-sider. Mange kommentatorer uttrykker vanlige fordommer mot innvandrere, for eksempel at de angivelig ikke jobber, lever på bekostning av norske skattebetalere, får spesielle privilegier og hjelp som nordmenn ikke mottar, eller er kriminelle. Likevel er diskusjonen igjen nesten alltid saklig, uten fornærmelser, og det er et betydelig antall brukere som motsier innvandringsmotstanderne.

Selv om det finnes mange flere kommentarer med nøkkelord på Facebook-sidene til enkeltpolitikere enn på sidene til politiske partier (1124) er dette et lite antall sammenlignet med det totale antallet av kommentarer på nesten 12.000. De fire mest frekvente nøkkelordene er "gratis", "løgn", "syk" og "hersketeknikk". Det er interessant at de fleste nøkkelordene som indikerer desinformasjon i kommentarene på politikernes sider ikke hører til kategorien 'trusselbasert', men til kategorien 'sladder og kjendis', i motsetning til partisidene. Her er det flest treff på "gratis", fulgt av "tjene penger" og "investering". "Gratis" er igjen mye brukt, men ingenting tyder på at ordet brukes i påvirkningskampanjer, selv om noen av disse kommentarene kritiserer (antatte) privilegier til innvandrere (ting/tjenester som de angivelig får gratis). I flertallet av kommentarene brukes ordet "gratis" for å stille krav om offentlige goder som skal være "gratis" for hele befolkningen, som gratis skolemat og avskaffelse av bompenger. Når ordet "syk" brukes, er det i de aller fleste tilfeller faktisk sykdom igjen, for eksempel hva skjer hvis arbeidstakere blir syke på lang sikt. "Syk" brukes så sjeldent om enkelte politikere eller "systemet" som "syke" at vi kan utelukke desinformasjonskampanjer eller forsøk på informasjons-påvirkningsaktiviteter. "Hersketeknikk" brukes ofte for å kritisere politikerne, men indikerer ikke noe annet enn normal bruk av et vanlig norsk ord.

Igjen må det bemerkes at bruken av visse ord kan peke på desinformasjonskampanjer, men må på ingen måte isolert sett være det. Det viser seg ofte at kommentarer som inneholder slike ord ikke inneholder desinformasjon, men gjerne gir saklige bidrag til diskusjonen eller bruker begrepene i en helt annen kontekst enn man kunne forvente i tilfelle av desinformasjon. Basert på disse resultatene kan vi si at det ikke finnes indikasjoner på systematisk bruk av forsterkende ord i sammenheng med desinformasjon og destabilisering.

Kommuner og fylkeskommuner

I datamaterialet fra Facebook-sidene til alle kommuner og fylkeskommuner i Norge er det svært lite utslag på både tematiske søkeord og søkeord som indikerer desinformasjon. Sammenlignet med partier og politikere er det langt færre kommentarer: til sammen 5967 på sidene til kommunene og kun 94 på sidene til fylkeskommunene.

Våre tematiske søkeord som forekommer oftest på fylkeskommunenes Facebook-sider er "valg", "fly", "samarbeid" og "legitimasjon". Med utgangspunkt i treff på søkeord ser vi at miljø og valg er de viktigste temaene. Videre finnes det relativt mange kommentarer om forskjellige regioner, noe som ikke er overraskende på Facebook-sidene til kommuner. Til sammenligning med andre plattformer er innvandring og bompenger ikke viktige temaer. Dessuten er nøkkelordene som indikerer desinformasjon svært uvanlige på disse sidene.

Basert på disse resultatene kan vi si at det ikke er indikasjoner på illegitim informasjonspåvirkning på disse sidene.

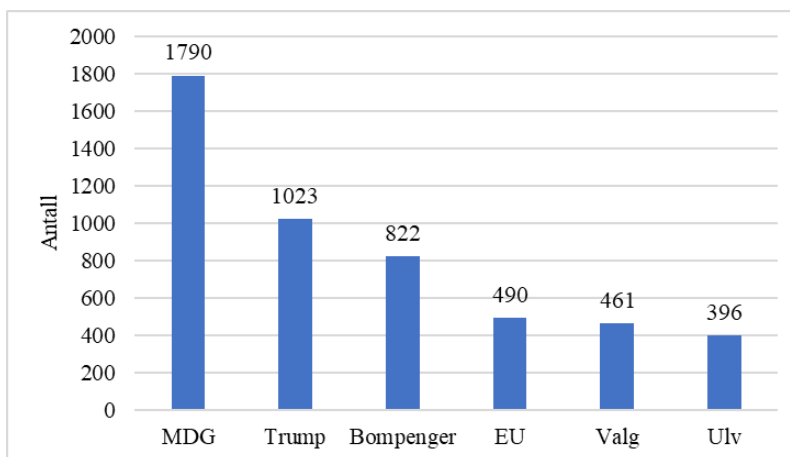
Facebook-sidene til fylkeskommunene har nesten ingen kommentarer som inneholder våre tematiske søkeord. De få tilfellene som skiller seg ut, er åpenbart irrelevante med henhold til utenlandsk påvirkning. Samlet indikerer materialet at Facebook-sidene til kommuner og fylkeskommuner ikke inneholder diskusjoner av kontroversielle saker som er egnet for påvirkningsaktivitet.

4.3.3 Tradisjonelle medier

De tradisjonelle mediene er fortsatt viktige nyhetskilder i Norge.⁶⁶ Av disse har vi undersøkt noen av de største riksdekkende norske mediene. Når det gjelder omfanget av data varierer datagrunnlaget mellom de ulike mediene. Nettavisen og Dagbladet er blant de fem største norske riksdekkende mediene,⁶⁷ men har ikke lenger kommentarfelt og er derfor ikke inkludert i utvalget. Nettavisen oppfordrer i stedet til leserbrev og Dagbladet har kommentarfelt på 'Din Side', men som har ytterst få kommentarer. NRK har fjernet kommentarfeltene for sine artikler, men har beholdt kommentarfeltene på NRK Ytring som vi har inkludert. Datagrunnlaget varierer også avhengig av hvor aktive brukere er i de respektive kommentarfeltene. Vårt datamateriale fra VG er desidert størst, etterfulgt av Aftenposten, NRK og deretter E24. Når det gjelder E24 resulterte datainnsamlingen i kun 87 innlegg totalt. I motsetning til andre nettsider er det få brukere som engasjerer seg i E24 sine kommentarfelt noe som gir et tynt datagrunnlag. Analysen av kommentarene vi har samlet inn fra E24 tilsier at det ikke er noe mistenkelig som indikerer illegitim informasjonspåvirkning. I det følgende beskrives analysen av VG, Aftenposten og NRK.

VG

En analyse av datamaterialet fra Verdens Gang viser at kommentarene og diskusjoner generelt er saklige og relatert til et hovedtema, men med unntak hvor det tas i bruk sterke ord, blokkbokstaver, flere utropstegn og spørsmålstegn. Vi har samlet inn rundt 20.000 innlegg fra VG og gjennomført en innholdsanalyse av de dominerende debatttemaene på VG. De mest omtalte tematiske søkeordene er vist i figur 10:



Figur 10: Tematiske søkeord med høyest frekvens i datamaterialet fra VG

Det tematiske søkeordet som forekommer oftest i datamaterialet fra VG er "MDG", som inngår i operasjonaliseringen av vår første tilnærming, "Øke polarisering og politisk konfliktnivå". Det er en

⁶⁶ Moe H & Sariakassen H (2019). Norway. In: Newman N, Fletcher R, Kalogeropoulos A & Nielsen RK (Eds.). Reuters Institute Digital News Report 2019, s. 65-66.

⁶⁷ Se <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/253> for aviser og <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/tv/219> for fjernsyn.

dominerende negativ tone generelt med kritikk av MDG, både saklig og usaklig. Retorikken bærer preg av angrep på partiet med karakteristikk som hjernevaskere, klimahysteriske, fanatiske, sekt og uten forståelse for virkeligheten. Selv om det overveiende er negativ omtale er det også motstemmer i debatten med reaksjoner på det som oppfattes som mobbing, synsing, samt støtte til MDG. Debatten omhandler en rekke saker og knyttes først og fremst opp til klima/miljø, hvor det er de som ikke mener klimakrisen er en bløff til de som mener det haster å gjøre noe med klimaendringer. Diskusjonen knyttes også opp mot bompenger med diskusjoner hvorvidt dette hjelper på klimaet og oljeindustrien hvor det ytres skepsis mot å gå bort fra oljeproduksjonen og bekymring for arbeidsplasser. Den mest fremtredende saken er likevel valget. I hovedsak er det diskusjoner av valgmålinger og valgresultat, men ingen angrep eller forsøk på å så tvil om valgresultater eller valgprosessen. I den grad det er personifisering går dette på Lan Marie Berg, men det er ingen tydelig systematikk i dette. Overordnet, selv om retorikken ofte er krass i omtalen av MDG fremstår det ikke som forsøk på å skremme andre fra å delta i debatten. Det er heller ingen brukere som utpeker seg med uvanlig mange innlegg eller gjentakelse av samme budskap. Det fremstår som vanlige brukere som uttrykker frustrasjon og kritikk, som ikke er uvanlig i polariserte temaer.

I kommentarfeltene til VG figurerer "Trump" høyt på listen av tematiske søkeord. Trump inngår i vår tredje tilnærming "Påvirkning av tema og støtte til kandidater/partier som har forståelse for russiske interesser". VG-artiklene handler i stor grad om Trump og Trump-administrasjonens utenrikspolitikk, og er ikke knyttet til det norske valget. Blant annet adresseres tema som Grønland, Boris Johnson/Brexit og møter med Taliban og Iran. Det er stor variasjon i temaene i kommentarfeltene, noe som gjenspeiler i hovedsak innholdet i artikkelen som kommenteres. Argumentasjonen er overordnet moderat. Enkelte kommentarer har utbredt bruk av blokkbokstaver, flere utropstegn og spørsmålstegn, men ikke på en måte som videre indikerer spredning av desinformasjon. Det er heller ingen engelskspråklige kommentarer eller mistenkelig dårlig norsk. Generelt er temaet knyttet opp til uenigheter om skikketheten til Trump, Norges forhold til Russland, herunder at Norge bør være på vakt med russisk interesse for nordområdene, samt økte bevilgninger til Forsvaret og målet om to prosent av BNP, Norges gode forhold til Russland og at Norge ikke bør følge USA. I likhet med diskusjonen om EU, gjenspeiler kommentarene kjente argumenter angående Norge og Russland.

Et annet tema som var mye omtalt i datamaterialet fra VG var bompenger, hvor søkeordet "bompenger" og også "FNB" og "bomstasjon" figurerer høyt. I all hovedsak omhandler VG-artiklene bompengestriden under oppkjøringen til valget. I motsetning til "Trump" omtaler kommentarene innenfor dette temaet ofte de politiske partiene, partiledere og valget. Et stort antall av kommentarene inneholder kritikk mot regjeringspartiene, men også Ap, MDG og SV, samt betydningen av FNBs fremgang på meningsmålinger og rolle som ensaksparti. Bompengetemaet knyttes ofte til klima og hvorvidt bompenger hjelper klimaet. Videre er det liten grad av personifisering, men der det forekommer er det som oftest et fokus på Erna Solberg. Selv om kommentarene speiler et polarisert tema i norsk debatt med krass retorikk, er det ingen indikasjoner i datamaterialet på innblanding fra utenlandske aktører eller målrettet informasjonspåvirkning, verken med hensyn til språkbruk, brukere eller personifisering.

"EU" forekommer også ofte i VG-datasettet. Ut ifra søkeordslisten er EU satt opp under temaet vindkraft som følge av det mye omdiskuterte ACER og EUs tredje energimarkedspakke. EU er imidlertid i all hovedsak relatert til Brexit og Boris Johnsons forsøk på å få Storbritannia meldt ut av EU 31. oktober 2019. Kommentarene gjenspeiler skillelinjen i norsk samfunnsdebatt om EU, med tydelige standpunkt for eller imot unionen, både når det gjelder Storbritannias og Norges forhold til EU. Relatert til Storbritannia og Brexit gjelder disse standpunktene på den ene siden at britiske politikere viser forakt for folket, ikke følger opp folkeavstemningen og at dette er en trussel mot demokratiet. På den andre siden fremmes nye meningsmålinger som viser at flertallet fortsatt ønsker medlemskap og at velgere ble villedet av Brexit-tilhengere. Ikke overraskende kommer mange av kommentarene inn på Norges relasjon til EU og de norske folkeavstemningene i 1972 og 1994. Kommentarene reflekterer argumenter mot EU relatert til suverenitets-spørsmål og selvstyre, samt argumenter for EU og EØS med fokus på økonomiske fordeler, samarbeid og en samlet EU som sentralt for fred. Delvis relateres temaet til norske partier hvor i hovedsak Høyre blir kritisert for sin holdning til EØS-avtalen og generelt Norges forhold til unionen.

I all hovedsak bygger kommentarene på saklige argumenter og moderat språkbruk. Det er noen unntak med beskrivelse av EU som korrupt, diktatorisk og en fare for demokratiet, og at VG er en del av et kynisk spill fra makteliten. Innholdsanalysen viser likevel ingen indikasjon på forsøk på informasjonspåvirkning, men faktisk dialog mellom brukere som reflekterer velkjente for/imot-argumenter når det gjelder EU. Generelt er det også relativt godt norsk og ingen indikasjoner på direkte oversettelse fra andre språk. Videre er det svært liten grad av personifisering, men med noe omtale av Erna Solberg og Siv Jensen.

Gjennomgående er det få treff på forsterkende ord fra nøkkelordlisten som indikerer trusselbasert informasjon, informasjon som spiller på sex eller vekker avsky. I hovedsak brukes disse ordene i tema om EU, klima, Trump og bombenger. Begrepet "fake news" kommer høyest på listen av forsterkende ord i VG-materialet. I hovedsak er dette i tilknytning til Folkeopplysningens eksperiment i forbindelse med skolevalget ved Lillestrøm videregående skole, hvor mange er positiv til eksperimentet, men også en del som mener NRK bedriver "fake news". Forøvrig forekommer "fake news" i sammenheng med Trump og klima-saken, hvor blant annet MDG beskyldes for å fremme falske nyheter om klimakrisen. Et annet ord som figurerer høyt, er "farlig" som i seg selv er et vanlig brukt norsk ord og som ikke nødvendigvis er direkte trusselbasert. I denne sammenhengen knyttes det opp til MDG og falske nyheter og EU som farlig for demokratiet.

Med utgangspunkt i strategier og teknikker for informasjonsspredning som beskrevet over fant vi ingen indikasjoner på utenlandske aktører eller forsøk på systematisk informasjonspåvirkning.

Aftenposten

Vårt datagrunnlag for Aftenposten ikke er like stort som fra VG, og kan skyldes Aftenposten sin betalingsmur og at det dermed er færre brukere som kommenterer. Generelt er det ingen indikasjoner på utenlandsk forsøk på informasjonspåvirkning. Ut ifra en analyse av de mest omtalte sakene er det stort sett saklig argumentasjon og moderat språk, med unntak av enkelte spisse meningsutvekslinger. Innholdet og språkbruken kan karakteriseres som emosjonell, men indikerer ikke noe annet enn en dialog og meningsutveksling mellom vanlige brukere.

Med utgangspunkt i søkeordlisten er de dominerende temaene innvandring og klima, som begge inngår i tilnærmingen "øke polarisering og politisk konfliktnivå". I motsetning til VG er det få kommentarer som omhandler bombenger. Temaene som debatteres er heller ikke knyttet spesielt til valget, politiske partier eller politikere, med unntak av fokuset på MDG i klima-saken. Ellers forekommer "valg" i hovedsak i forbindelse med kommentarer til Folkeopplysningens eksperiment med valg og påvirkning.

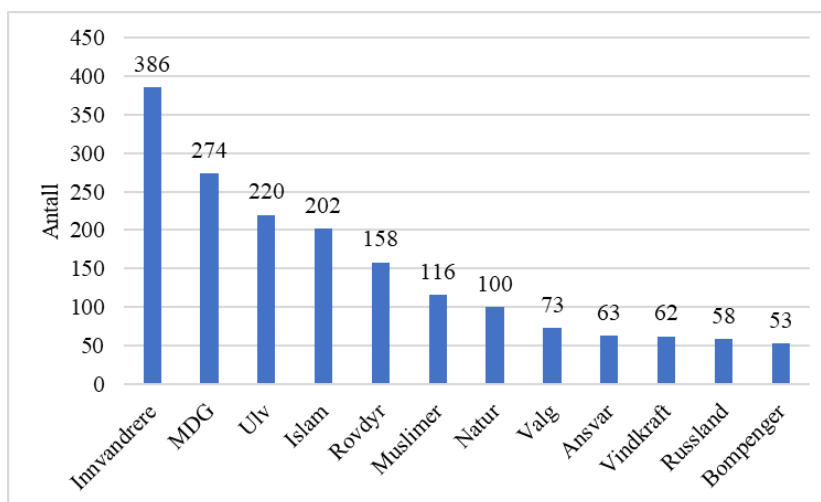
Klima/miljø er oftest omtalt i sammenheng med "Greta Thunberg", "MDG" og "klimakrise". Mange av kommentarene omhandler Greta Thunberg, hvor det er et skille mellom sterk kritikk av og støtte til henne. Generelt finner vi at klima/miljø, i likhet med innvandring, også er et mer polarisert debatttema, med klare for- og imot-argumenter når det gjelder tiltak, og i spørsmålet om det eksisterer en klimakrise. Vindkraft blir også diskutert (inkludert ord som "vindturbiner", "vindmøller" og "natur"), hvor det er ulike standpunkt for eller imot vindkraft, og diskusjon om vi befinner oss i en klimakrise eller ikke.

Innvandring er også et stort tema hvor søkeordet "islam" figurerer høyt, og er ofte å se i kombinasjon med "muslimer" og "flyktninger". Temaet bærer preg av at det er tydelige motsetninger i kommentarfeltene med argumenter for og imot islam, blant annet med advarsler om islam som ideologi med bruk av ord som "snikislamisering" og "islamisering". Temaet knytter seg også opp mot en diskusjon for og imot innvandring. Overordnet er det en relativ moderat språkbruk, naturlig nok med noen unntak som er vanlig i mer polariserte debatter.

I likhet med VG liten bruk av forsterkende ord fra vår nøkkelordliste (se vedlegg B). Begrepet som forekommer hyppigst, er "fake news", hvor alle innleggene omhandler Folkeopplysningens eksperiment med skolevalget ved Lillestrøm videregående skole. Ellers er det forekomst av "hersketeknikk", "løgn", "islamisering", og "farlig", men uten videre indikasjon på systematisk bruk av disse ordene.

NRK Ytring

NRK har de siste årene fjernet kommentarfelt fra sine artikler på nrk.no noe som tilsier at dataomfanget er betydelig mindre sammenlignet med for eksempel VG. Datamaterialet fra NRK er hentet fra NRK Ytring som fortsatt har kommentarfelt, hvor vi har samlet inn rundt 5100 innlegg. Figur 11 viser de tematiske søkeordene med høyest frekvens i NRK-datasettet. De dominerende temaene inngår alle i tilnærmingen 'Øke polarisering og politisk konfliktnivå' og gjelder innvandring, klima/miljø og vindkraft, samt rovdyr. Innholdsanalysen av kommentarene relatert til disse temaene har ikke gitt noen indikasjoner på illegitime forsøk på informasjonspåvirkning, men at det er snakk om vanlige brukere som diskuterer den aktuelle kronikken eller temaet generelt. Argumentasjonen i hovedsak saklig og skrives på godt norsk.



Figur 11: De tematiske søkeordene med høyest antall treff på NRK Ytring

Det mest omtalte temaet i NRK-datasettet er innvandring med høyest frekvens på ordene "innvandrere", "islam" og "muslimer". De som er tilstede i debatten er både de som er kritiske til innvandring og islam og de som er positive. Saker som diskuteres er blant annet norskkrav til innvandrere, hvor mye innvandring koster samfunnet og hvor lønnsomt det er. Angående islam og muslimer er det mange innlegg som adresserer kritikk av islam i sammenheng med ytringsfrihet hvor det både fremheves at det må være mulig å kritisere islam uten at begrepet islamofobi blir trukket inn, samt reaksjoner på det som oppfattes som hysteri med en usaklig generalisering av alle muslimer. I denne forbindelsen diskuteres det også hvorvidt tradisjonelle medier tar opp negative sider av islam og beskyldninger mot Human Rights Service for å spre muslimhat. Det er ingen utpreget personifisering eller ondsinnet retorikk med forsøk på å skremme andre fra å delta i debatten. Selv om kommentarene i hovedsak er saklige, forekommer det sterke ordlag mellom brukere med fornærmelser som at en kommentar er fordummende, at man er kunnskapsløs, nedlatende, en tulling og bedreviter. Ganske ofte blir det oppfordret til å dokumentere det som oppfattes som usanne påstander, tåkelegging og stråmannsargumentasjon. I den grad det er element av ekskludering finner vi et skille med kritikk av "venstresiden" som manipulerende, flokktenkende og et hylekor, og de som kritiserer "høyresiden" for dumhet, å nøre opp under hat mot muslimer og at det er høyrepopulismen vi bør frykte. Det er dog ingen indikasjoner på at dette er noe annet enn meningsutveksling mellom brukere og ikke mer enn man kan forvente i et polarisert debatttema.

For klima/miljø er det høyest treff på "MDG", "klimakrise", "klimahysteri", samt at det knyttes opp mot vindkraft, natur og vindturbiner. Overordnet er det en bred diskusjon på temaet med både de som er skeptiske til klimaendringer, spesielt menneskeskapte, og de som mener det er nødvendig med omgående tiltak. Det er uenighet om påstanden om menneskeskapte klimaendringer er vitenskapelig fundert og hvorvidt det er en pågående klimakrise. Temaet knyttes også opp mot norsk olje og gass med argumenter om at det er mulig å fase ut produksjon og at det må sikre alternativer på plass først, samt bekymringer rundt arbeidsplasser. I

diskusjonen om vindkraft finner vi både argumenter for å bygge ut vindmøller og argumenter imot. I likhet med Aftenposten er det tydelige motsetninger, men argumentasjonen er stort sett saklig.

Når det gjelder Miljøpartiet de Grønne er diskusjonen mer opphetet hvor partiet i seg selv og dets politikk blir kritisert for ikke å ha kunnskap om økonomi, vise forakt for velgerne og for ikke være i kontakt med virkeligheten. På den andre siden er det også de som støtter og forsvarer MDG. En sak som opptar mange i forbindelse med MDG er bompenger, hvor partiet beskyldes for kun å plage bilister, fremme usosiale avgifter og for å ramme de med dårligst råd. Andre påpeker at bompengepolitikken er en tverrpolitisk avgjørelse og at man ikke kan skyldes på MDG alene. Selv om det er en god del diskusjon mellom brukere er det ingen utpreget ondsinnet retorikk. Det er heller ikke her en nevneverdig grad av personifisering.

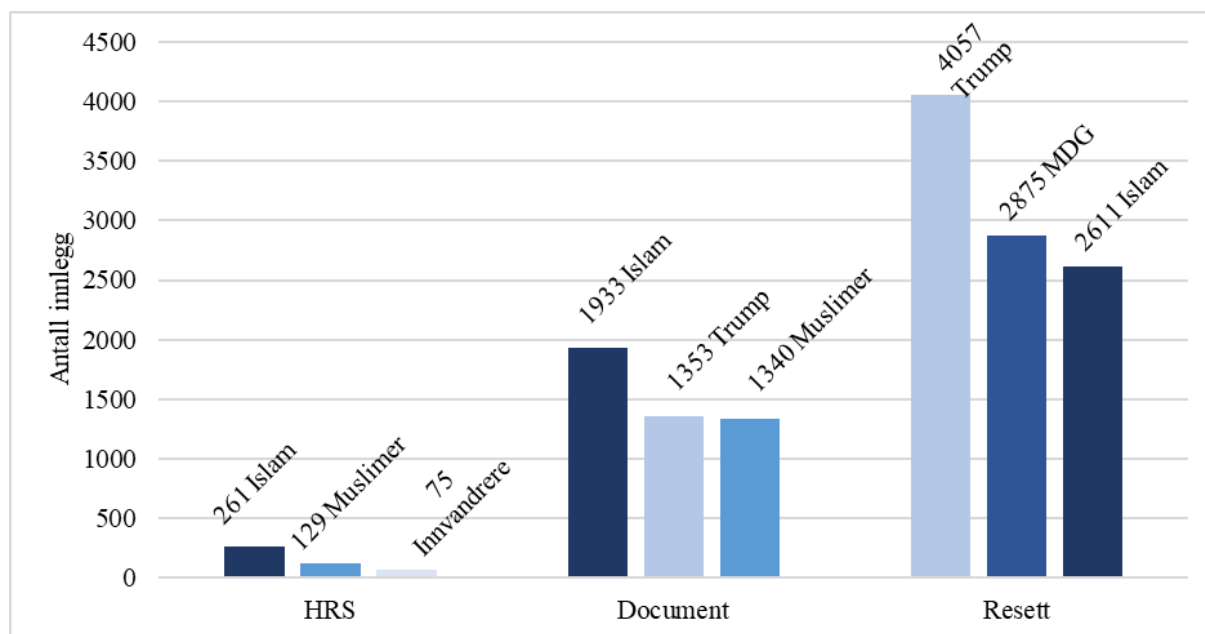
I innleggene som omhandler rovdyr er det i likhet med de to andre hovedtemaene en tydelig deling mellom argumenter for og imot rovdyr. Mange påpeker at rovdyr, deriblant ulv, ikke er utrydningstruet internasjonalt og viktigheten med å bevare kulturlandskap og muligheten for bønder å ha beitedyr uten å miste et stort antall hvert år. Dette knyttes også opp mot økonomi og hvor mye det koster samfunnet å betale erstatning. Andre argumenter for at det må være mulig med både landbruk og rovdyr, at flere rovdyr er utrydningstruet i Norge og viktigheten med å bevare bestanden i norsk natur.

Generelt viser datamaterialet ingen indikasjoner på utenlandske informasjonspåvirkningsaktiviteter eller brukere som skiller seg ut med unormalt mange innlegg. Det skrives også overordnet godt norsk med ingen tegn til bots, men vanlige brukere som responderer på den aktuelle kronikken eller andre brukeres kommentarer. Når det gjelder indikasjoner på desinformasjon er det liten bruk av mange utropstegn, spørsmålstegn og blokkbokstaver. Det er også relativt få treff på forsterkende ord fra nøkkelordlisten. Ordene med høyest frekvens er "hersketeknikk" og "farlig", men det er ingen systematisk bruk av disse og finnes i ulike kommentarer fra ulike brukere.

4.3.4 Alternative medier

Alternative medier er ikke et nytt fenomen, men er tydeligere fremme i samfunnsdebatten og enkelte vokser raskt i antall lesere. De skiller seg ut fra tradisjonelle medier blant annet med en annen form og et annet innhold. Mens den etablerte dagspressen har offentlige eller kommersielle interesser, drives alternative medier gjerne på idealistisk basis med et tydelig redaksjonelt ståsted. Vi har undersøkt document.no, rights.no (Human Rights Service) og resett.no, som er tre voksende alternative medier med saker som når ut til et stort leserantall. Ut ifra StoryBoard, er disse ofte å se blant de 10 mest delte på sosiale medier.

Samlet sett har vi et større datagrunnlag fra Document og Resett enn Human Rights Service (HRS). Fra Resett er det samlet rundt 55.000 innlegg med et eller flere treff i søkeord- og nøkkelordlistene. Når det gjelder Document er det noe mindre med rundt 25.000 innlegg med treff. For HRS er det betydelig færre med rundt 1.100 innlegg med treff på våre tematiske søkeord og nøkkelordliste. Samlet sett tyder dette på at det er mange aktive brukere som kommenterer på sentrale temaer knyttet til våre sju tilnærminger. Med utgangspunkt i de tematiske søkeordene med høyest frekvens i kommentarfeltene til disse mediene, som vist i figur 12, ser vi at det er fellestrekk i dominerende tema, men med noen forskjeller.



Figur 12: De tre mest brukte tematiske søkeordene på HRS, Document og Resett

Vi registrerte også noen få brukere som skilte seg ut i diskusjonstrådene med over 100 kommentarer på Resett og Document i tidsrommet for undersøkelsene. Vi gjorde derfor en analyse av kommentarene for å undersøke om det var noen indikasjon på mistenksom aktivitet eller om det gjaldt vanlige brukere som var veldig aktive. De var spesielt aktive på temaet innvandring og noen få over gjennomsnittet aktive i deres omtale av EU. Ved en nærmere analyse var det snakk om ulike innlegg og ikke en gjentakende posting av samme innlegg/kommentar. Kommentarene tilsier også at dette var reaksjoner på andre brukere, og de er skrevet på godt norsk. Siden de fleste har brukernavn som ikke gir fullt navn eller nasjonalitet er det vanskelig å gjøre videre undersøkelser om hvem som står bak. Innholdet i kommentarene og språket indikerer imidlertid ikke utenlandske aktører eller illegitime forsøk på informasjonspåvirkning.

Generelt for de alternative mediene er at mange har pseudonym som brukernavn og hvor det ikke fremgår mer bakgrunnsinformasjon som kan si noe mer om hvem står bak. Det er derfor vanskelig å undersøke om det er brukt falske identiteter, eller om noen utgir seg for å være en vanlig bruker. Det er også brukernavn med engelske ord og fraser, uten at dette i seg selv trenger å være mistenkelig. De det gjelder skriver også relativt godt norsk og analysen av innleggene tyder ikke på oversettelse fra andre språk. Videre, det at kommentarene er reaksjoner på artikkelens innhold og andre brukers innlegg, med dialog mellom de som kommenterer, tilsier at vi ikke snakker om bots.

Document

Basert på treff på tematiske søkeord ser vi tre dominerende tema i kommentarfeltene til Document. Temaet med høyest frekvens er innvandring, fremfor alt med høye treff på "islam", "muslimer", og "kultur". Dernest følger "Trump" og "EU", og så klima /miljø med høyest treff på "MDG", samt bruk av ord som vindmøller, natur, vindkraft og Greta Thunberg. Videre brukes ordet "valg" ofte i innleggene til brukere i Document. Det er en del diskusjon mellom brukere, men i overveiende grad er det enighet mellom de som poster innlegg.

Ordene islam, muslimer og kultur er en del av operasjonaliseringen av tilnærmingen 'Økt polarisering og økt konfliktnivå', hvor forventningen er at en av strategiene til en utenlandsk aktør som ønsker å påvirke er å fyre opp under polariserte samfunnsdebatter, eksempelvis ved å støtte grupper på begge sider i en konflikt. Det er en overveiende negativ tone i de fleste kommentarene med tydelige standpunkt, i hovedsak med kritikk mot islam. For eksempel vurderes islam som en trussel mot den vestlige verden, samt at islam undergraver norsk

kultur og verdier. Det er også ofte et ekskluderende aspekt, med en klar inndeling mellom "vi" og "dem", hvor islam ikke oppfattes som forenlig med det norske samfunnet. I den grad det er personifisering handler dette om politikere, fremfor alt Abid Raja og statsminister Erna Solberg, men også Jonas Gahr Støre, Knut Arild Hareide og Trine Skei Grande. Videre er det en sterk kritikk av politikere og tradisjonell media, som ofte benevnes MSM (*mainstream media*). Generelt kritiseres politikerne for ansvarsfraskrivelse og det fremheves at tiltroen er svekket fordi etablerte partier har sluttet å bry seg om hva folk mener. Tradisjonell media kritiseres for skjev fremstilling, hvor det brukes sterke ord som manipulasjon, propaganda, løgn og aktivisme. Selv om det tydelig er et polarisert tema som vekker mye sinne og frustrasjon, er det ingen indikasjoner fra analysen som tilsier at det er utenlandske forsøk på informasjonspåvirkning.

"Trump" er et annet fremtredende søkeord i datamaterialet fra Document. Blant våre tematiske søkeord er Trump satt opp under temaet "Forholdet til USA/NATO" som en del av operasjonalisering av tilnærmingen "Påvirkning av tema og støtte til kandidater/partier som har forståelse for russiske interesser". Analysen viser at Trump omtales i forbindelse med en rekke saker, blant annet byrdefordeling i NATO, droneangrepet i Saudi-Arabia, Iran, geopolitikk, handelskrigen med Kina og mulig riksrettssak mot presidenten. De fleste ytrer i hovedsak støtte til den amerikanske presidenten, men det er også enkelte som er kritiske til oppførsel og politikken som føres av Trump-administrasjonen. Det er for øvrig ingen nevneverdig personifisering i kommentarene.

En stor del av omtalen av Trump er av positiv karakter med ord og fraser som at han er vestens redning, smart, ubøyelig og kapabel. Det fremmes også en rekke kommentarene med en negativ tone, hvor kritikk rettes blant annet mot opposisjonen i USA for ikke å godta valgresultatet i 2016 og mot norske politikere for å være naive og uforsvarlige i sikkerhetspolitiske vurderinger. Hoveddelen av kritikken er rettet mot tradisjonell medier som anklages for å fremme hat mot Trump, desinformasjon og manipulerende retorikk. I likhet med temaet innvandring fremhever mange at medienes fremstilling er skjev og betegnes ofte som løgnmedia. Det kan tenkes at aktører som søker å påvirke vil være interessert i å så tvil om tradisjonelle medier. Likevel, det er ingen indikasjon på en målrettet kampanje i denne forbindelse, og det fremstår mer som et uttrykk for misnøye med tradisjonell media. Overordnet tilsier analysen av innleggene om Trump at det ikke er noen målrettede forsøk på å påvirke, men vanlige brukere som kommenterer på ulike saker som var aktuelle i undersøkelsesperioden for dette prosjektet.

Et annet mye omtalt tematisk søkeord på Document var "EU", som inngår i tilnærmingen "Øke polarisering og politisk konfliktnivå". Som i VG-datasettet diskuteres EU i hovedsak i forbindelse med saker som Brexit og europeisk forsvarssamarbeid. Gjennomgående er det en negativ tone og en kritikk mot EU som udemokratisk, tyrannisk og ødeleggende for europeisk kultur og europeiske tradisjoner. Ikke overraskende er Brexit og Norges relasjon til EU, samt EØS-avtalen mye omtalt. Et overveiende flertall er kritiske til Norges forbindelser til EU, hvor våre to folkeavstemninger trekkes frem og med det argumentet om at Norge er ført inn i EU av politikerne gjennom bakveien.

Med utgangspunkt i nøkkelordlisten er det relativt få treff på forsterkende ord som kan indikere desinformasjon. Ordene med det høyest antall treff er "vold", "drap", "farlig" og "fake news". De tre første knyttes i hovedsak til temaet innvandring hvor kommentarene blant annet henviser til hendelser i Sverige og hvor man peker på en sammenheng mellom innvandring og økning i vold og drap. "Fake news" brukes i forbindelse med ulike saker som Folkeopplysningens eksperiment i Lillestrøm, klima, Trump og tradisjonelle medier, som beskyldes for å fremme fake news, samt kritikk av Faktisk.no. Analysen av disse kommentarene viser at kommentarene kommer fra mange ulike brukere og det er ingen indikasjon på målrettede budskap fra enkeltaktører eller spredning av desinformasjon.

Generelt for Document viser analysen at innleggene ofte har en negativ tone og er følelsesmessig betont, men retorikken kan ikke sies å være forsøk på å villed, fordekke eller skremme andre fra debatten. Det er heller ingen oppfordringer til demonstrasjoner eller andre aktivistiske handlinger, angrep på norske institusjoner eller valgprosessen.

Resett

Basert på treff på tematiske søkeord med høyest frekvens ser vi tre dominerende tema i kommentarfeltene til Resett. Det mest omtalte temaet er Trump, fulgt av klima/miljø med blant annet høyt antall treff på "MDG" fulgt av "vindmøller", "natur", "vindkraft", "klimakrise" og "Greta Thunberg". Innvandring er annet mye omdiskutert tema frem for alt med treff på "islam", "muslimer", "innvandrere", "flyktninger" og "integrering". Det er også mange kommentarer relatert til bompenger inkludert "bompenger" i seg selv og "FNB". I tillegg handler mange kommentarene med treff på "bompenger" om FrP, samt at mange knytter dette temaet med klima og MDG. Videre er det et høyt antall treff på "valg" hvor brukere i stor grad kommenterer selve valget i forbindelse med de ulike sakene.

Innholdsanalysen av det mest omtalte tematiske søkeordet, Trump, ga ingen indikasjon på målrettede påvirkningskampanjer. Den sittende amerikanske presidenten engasjerer mange brukere og omtales i et vidt spenn av saker, blant annet en mulig riksrettssak, hendelser i Midtøsten, handelskrigen med Kina, Trumps ønske om å kjøpe Grønland, årsmarkeringen av 11. september 2001, muren mot Mexico og den kommende amerikanske valgkampen. Det argumenteres mye frem og tilbake mellom brukere, ikke alltid saklig, men det er ingenting som fremstår som forsøk på å skremme andre fra å delta i debatten. Videre er det en liten grad av personifisering. Når det gjelder Trump selv er kommentarene i all hovedsak støttende, men det er også de som er kritiske tilstede i debatten.

Kommentarer har en mer negativ tone når det gjelder omtale av Det demokratiske parti i USA som kritiseres for ikke å godta resultatet av presidentvalget i 2016. Dette gjelder også når kommentarer adresserer den amerikanske nyhetsdekningen som beskyldes for å være en propagandamaskin som misliker Trump. Den gjennomgående negative omtalen av nyhetsmedia retter seg også mot norske tradisjonelle medier, i hovedsak NRK, men også for eksempel Aftenposten og NTB. Generelt er det en krass kritikk om at de fremmer en anti-Trump-kampanje, "fake news" og for å spre propaganda og hets. I likhet med Document-materialet er det ingen angrep eller kritikk av valgprosessen eller norske institusjoner, og kritikken fremstår som en del av en aktiv debatt og en generell misnøye med tradisjonelle medier.

Det andre dominerende temaet i kommentarfeltene til Resett i tidsrommet for analysen er klima/miljø. Her var det høyest treff på "MDG", men også treff på "Greta Thunberg", "natur", "klimakrise" og "klimahysteri". Generelt er kommentarene en reaksjon på tilhørende Resett-artikkel og adresserer en rekke saker som ACER, Erik Solheims overgang til MDG, bompenger, men skiller seg ut fra kommentarene om Trump ved at mange samtidig omtaler kommunevalget i mye større grad. Det diskuteres valgmålinger i forkant av valget, samt mulig samarbeidskonstellasjoner mellom partier i ulike kommuner etter valget. Selv om valgmålinger og høstens valg er mye omtalt, er det ingen som sår tvil om verken valgprosessen eller valgresultatet – noe man kunne ha forventet dersom det var aktører tilstede i debatten som ønsket å føre illegitim informasjonspåvirkning.

Selv om det er noe diskusjon med motargumenter, har kommentarene i all hovedsak en negativ tone med kritikk av Miljøpartiet de grønne, både partiets politikere og politikk. Det brukes sterke ord som klimaterrorister, ekstremistisk, fanatisk og forrykt. Partiet kritiseres ofte for å ha lite kunnskap om hvordan samfunn og økonomi fungerer, og oppfattes som lite troverdig. Generelt er det også en kritikk av det som omtales som en klimabevegelse og at det bedrives skremselspropaganda, hvor det blant annet uttrykkes skepsis til det som oppfattes som "klimahysteri". Tradisjonelle media blir også i stor grad kritisert for å fremme "fake news" og at de har bidratt til å fremme MDG i valgkampen uten et kritisk fokus. Det er tydelig at miljø og klima er et tema som engasjerer og er følelsesbetont, men det er likevel ingen indikasjoner på at dette er noe annet enn et legitimt offentlig ordskifte.

Innvandring er et annet mye omtalt tema på Resett, først og fremst med høy frekvens på bruken av søkeordene "islam" og "muslimer". Innholdet i kommentarene relatert til dette temaet er overveiende negativt. Innleggene om islam og muslimer relateres til en rekke saker som var aktuelle i tidsrommet for dette prosjektet som kronprins Haakons besøk i Al-Noor-moskeen, snikislamisering, Abid Raja sine utspill mot FrP, FrP-politikere

med medlemskap i SIAN og Manshaus. Overveiende er det en tydelig frustrasjon med mange som er kritiske til islam og innvandring, men det er også motstemmer til disse innleggene. Det er videre et element av ekskludering med en tydelig inndeling mellom "oss" og "dem".

Kritikken retter seg også mot tradisjonelle medier og de store politiske partiene, hvor spesielt forslaget om en nasjonal handlingsplan mot hat og rasisme mot muslimer i kjølvannet av moské-angrepet, oppfattes av mange som om at man ikke kan være kritiske til islam og at planen heller kan bidra til å spisse frontene fremover. For kommentarene generelt refereres det også til trusler i form av uttrykk om islam som for eksempel nådeløs, brutal, farlig, fremmed og destruktiv, samt advarsler om at vi er i krig og snart blir utryddet. Selv om trusselbasert informasjon tiltrekker oppmerksomhet, indikerer ikke analysen utenlandske, illegitime påvirkningskampanjer, men en legitim aktiv debatt om et polarisert tema som er sterkt følelsesbetont.

Når det gjelder desinformasjon er det i likhet med Document relativt få treff på forsterkende ord fra nøkkelordlisten. De mest brukte ordene er "vold", "farlig", "gratis", "voldtekt", "drap" og "fake news". Det er ingen indikasjon i Resett-datasettet at dette er noe annet enn normal bruk av vanlige norske ord når man analyserer enkeltkommentarer i kontekst. Vold, farlig, voldtekt og drap forekommer oftest i forbindelse med temaet innvandring, men knyttes også opp mot sosialisme, venstreekstremisme, referanser til Sverige og diskusjoner om ytringsfrihet og hatefulle ytringer. "Fake news" brukes også i forbindelse med en rekke saker, deriblant Folkeopplysningens program om valgmanipulasjon som i hovedsak blir kritisert som latterlig og misvisende, samt tradisjonelle medier generelt som beskyldes for å være en propagandastrøm av "fake news", vridde nyheter og et ekkokammer av falske nyheter. Begrepet omtales også i forbindelse med temaet klima/miljø med referanser til Thunberg, reportasjer om issmelting på Grønland og Amazonas' oksygenproduksjon.

Disse forsterkende ordene brukes av mange ulike brukere og i forbindelse med forskjellige saker. Videre er det et par brukere som skiller seg ut i bruken av utropstegn, spørsmålstegn og blokkbokstaver, men en nærmere undersøkelse av kommentarene indikerer ingenting annet enn særs engasjerte brukere som ofte tar i bruk virkemidler som blokkbokstaver for å uttrykke sine meninger.

Human Right Service (HRS)

I datamaterialet fra HRS er det dominerende temaet innvandring. De tematiske søkeordene med høyest treff er i synkende rekkefølge "islam", "muslimer", "innvandrere" og "kultur". Det er også en rekke treff på "flyktninger" og "integrering". For øvrig omtales valg og temaet klima/miljø, men med betydelig færre treff enn temaet innvandring. Innvandring er en del av operasjonaliseringen av tilnærmingen "øke polarisering og politisk konfliktnivå", hvor man kan forvente at aktører med intensjon om påvirkning søker å fyre opp under polariserte debatter, eksempelvis ved støtte til grupper på begge sider som er i konflikt.

Kommentarene som gjelder islam, muslimer og innvandring er preget av en negativ tone, hvor diskusjonen i all hovedsak er kritiske til islam og innvandring. Innholdet er overveiende følelsesbetont og preget av en tydelig inndeling mellom "oss" og "dem". Blant annet er det argumenter for at islam er en trussel mot norske verdier og kultur, samt at det advares mot konsekvensene om islam blir mer utbredt i den vestlige verden. Kommentarene på HRS skiller seg noe ut fra Resett og Document ved at det er en overveiende enighet blant brukerne. Selv om det er enkelte tilfeller av motsvar/diskusjon er disse ytterst få. Innvandring er som kjent et polarisert tema i norsk samfunnsdebatt. Det er ingen indikasjon på forsøk på å fyre opp under denne debatten gjennom støtte til motargumenter, men mer ytring av enighet til artikkelen det kommenteres på enn debatt mellom brukere. Selv om ordbruken ofte intens med sterke følelser i argumentasjonen finner vi ingen indikasjon på målrettede forsøk på å villed, fordekke eller skremme andre brukere fra debatten.

Foruten kritikk av islam og dets innhold er det sterk kritikk av tradisjonelle medier og politikken som føres av Regjering og Storting. Det er likevel ikke snakk om angrep mot institusjoner eller valgprosessen i seg selv, men brukere som er misfornøyde med politikken som føres og det som oppfattes som en skjev fremstilling fra tradisjonelle medier. Videre er det heller ingen indikasjon på målrettede kampanjer, oppfordringer til

demonstrasjoner eller mer aktive handlinger. Det er ikke uventet kraftig språkbruk mot politikere og etablerte politiske partier, spesielt når det diskuteres polariserende tema som innvandring hvor det er sterke meninger enten for eller imot.

Det er få forsterkende ord som kan indikere desinformasjon i datamaterialet fra HRS. Ordene med høyest treff er "skremmende" og "vold". Spesielt de to første er vanlige ord i det norske språket og trenger ikke å indikere desinformasjon. I dataene fra HRS brukes "skremmende" ofte i sammenheng med radikal islam, om journalister med egen agenda som faktasjekker meningsmotstandere, om omfanget av innvandring til Norge, og om kunnskapsløshet om islam. "Vold" knyttes også opp mot masseinnvandring og fremmekultur. Det er dog ingen videre indikasjoner på at dette er noe annet enn bruk av vanlige norske ord.

Noen av de typiske strategiene for falske nyheter og desinformasjon er gjenkjennelige i materialet, men en grundigere gjennomgang tilsier at dette ikke utenlandske påvirkningsforsøk. I stedet er det tilsynelatende vanlige brukere som er særskilt engasjerte og emosjonelle angående et polariserende tema.

4.4 Analyse på tvers av plattformer i innsamlet datamateriale

4.4.1 Andre mønstre eller sammenhenger

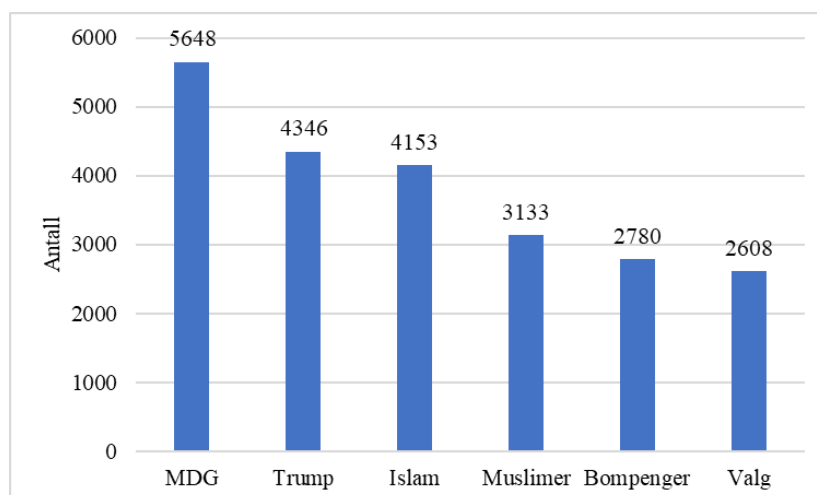
Det er kort fortalt ingen spesielle funn rundt forekomst og fordeling av for eksempel "likes", bruk av store bokstaver og spesialtegn og disses korrelasjon med søkeord og nøkkelord, som intuitivt gir noen spesiell grunn til videre oppfølging.

Graden av analyse på dette punktet er begrenset av prosjektets omfang, og det foreligger derfor et ubrukt potensial i form av mer maskinell analyse på et mer detaljert nivå. Funnene omtalt i kap. 4.2.2 er et eksempel på hva som potensielt kan oppnås med sistnevnte.

4.4.2 Kvalitativ analyse av et lite utvalg basert på kvantitativ filtrering

Det ble gjennomført en analyse der treff på søkeord og forsterkende ord samt prioritering av treff med flest likes ble brukt for å redusere antallet kommentarer, som så ble underlagt kvalitativ analyse. For tre ulike konstellasjoner av søkeord ble antallet kommentarer redusert til størrelsesorden 100-300 kommentarer,

Isolert sett er det risikabelt og på grensen til meningsløst å karakterisere innholdet av ca. 5000 treff på basis av et så lite utvalg, og å generalisere med en så instrumentell tilnærming. Hensikten er imidlertid å kontrastere og sammenholde funnene med de øvrige kvantitative analysene, og ikke å anvende resultatene direkte.



Figur 13: Treff på tematiske søkeord

Analysen er utført i tre uavhengige spor, basert på de tematiske søkeordene med høyest frekvens på tvers av plattformer som vist i figur 13: 1) MDG, 2) Trump og 3) Islam+Muslimer, og er nærmere presentert i Vedlegg F.

Analysen indikerer i sterkere grad enn den foregående kvalitative analysen et generelt "utenforskap" som uttrykkes gjennom påstander om at man ikke blir hørt og hensyntatt, og viser mindre følsomhet for dialogiske trekk på sosiale medier som påpekt i enkeltanalysen av Facebook. "Utenforskapet" inngår som en viktig del av et generelt polarisert debattlandskap, og retter seg for eksempel mot etablerte politiske partier og media som beskyldes for å svikte ytringsfriheten og alliere seg med krefter som ønsker sensur ut fra særinteresser som klima og religion.

Argumentasjonen avspeiler den allerede polariserte debatten som kan forventes å være knyttet til de valgte tematikkene, og retorikken er noe hard, men ikke mer enn hva som er forventet. Det er få synlige motstemmer. Det er på generelt grunnlag ikke noen spesielle tegn på verken mistenkelige aktører, teknikker for informasjonspåvirkning, desinformasjon, innhold, språkføring eller ordbruk som gir grunn for direkte mistanke om utenlandsk påvirkning, men debattklimaet fremstår på mange måter som forhåndspolarisert slik at det ligger til rette for eventuelle påvirkningsaktører, herunder utenlandske.

Gjennom det smale utvalget og syntetiserte narrativ fra disse kan man skimte en "nå er det nok" stemning som så å si er ferdig polarisert mot "de andre", men likevel tilgjengelig for ytterligere forsterkning for aktører som eventuelt er interessert i å forsterke for eksempel ytterligere ekskludering mellom "oss" og "dem", eller et polarisert debatttema med emosjonell språkbruk/retorikk og frustrasjon.

Noen av de mest aktive aktørene har en anseelig mengde kommentarer registrert av Disqus. Mange av disse har få om noen følgere, og følger nesten ingen selv. Innflytelsen kan derfor ikke regnes som stor ut fra en antagelse om at dette avspeiler graden av dialog eller utveksling med andre.

Disse aktørene blir imidlertid interessante på en annen måte ut fra en kopling til tidligere analyse. Aktører med høy aktivitet, få følgere og lite following av andre resonnerer med den type aktører som fremstår som mulige formidlere fra mer skjulte og ytterliggående aktiviteter på nettet. Vi finner altså aktører som tilsynelatende er norske brukere fra vårt datamateriale, men som også deltar i mer skjulte og vesentlig mer ytterliggående fora på andre nettsteder. Noen av disse inngår i nettverk (se kap. 4.2.2) som systematisk overfører innhold fra svært ytterliggående nettsteder. Disse aktørene modererer bevisst sin språkbruk når de poster på medier som når ut til en bredere offentlighet, og forsøker å kamuflere denne type aktivitet.

Satt helt på spissen kunne dette avledet en hypotese om en forbindelse mellom "nå er det nok"-fløyen av deltakerne i diskusjonen, og forsøksvis skjulte kanaler for informasjonspåvirkning. Vi kan imidlertid ikke påvise konkret at aktørene identifisert gjennom det filtrerte søket har slike roller, selv om en av disse er identifisert på som deltakende både i diskusjon i alternative nettsteder med lukket profil, og som en mulig aktør som formidler av materiale av mer tvilsom karakter på de alternative nettstedene. Minst fem andre er påvist som deltakere, men har ikke noen sentral rolle som formidlere ut fra nettverksgrafen (se kap. 4.2.2). Ingen av disse bærer kjennetegn på å være utenlandske aktører. Det ble derfor ikke ansett som relevant å forfølge dette ytterligere.

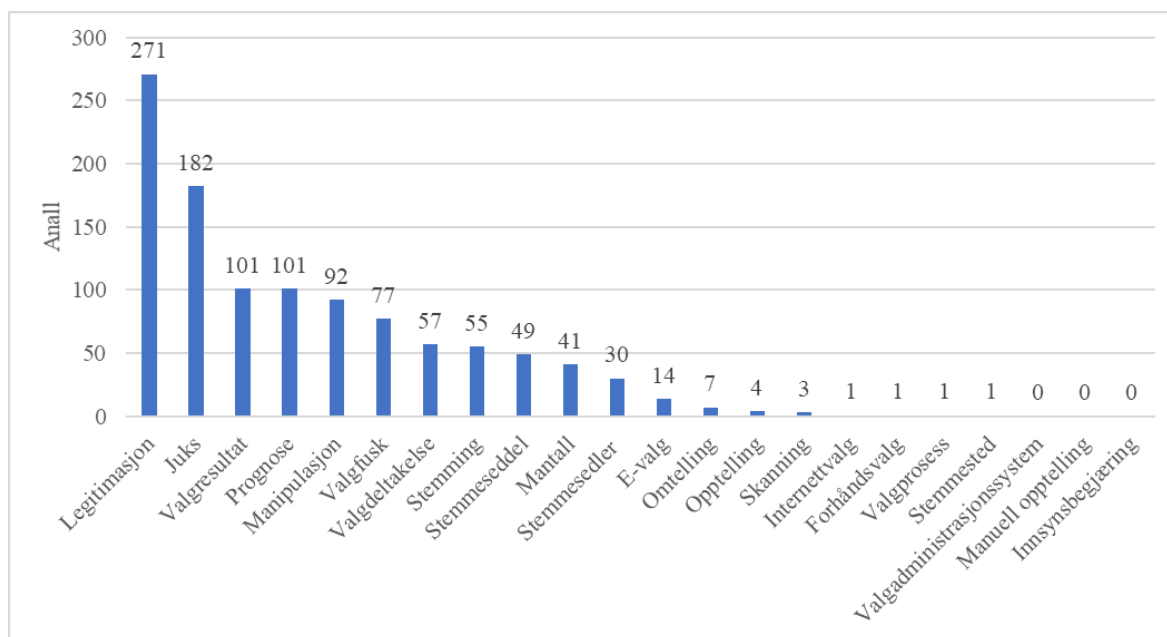
Den filtrerte analysen på tvers av plattformene kan utover dette funnet tolkes som en god indikasjon på at det innsamlede datamaterialet er konsistent, at verktøyene for søk og sammenstilling gir et rimelig representativt inntrykk på tvers av ulike tilnærminger, men også som en påminning og understrekning av at en kvantitativ tilnærming til dette området må suppleres av en bred og mangfoldig kvalitativ tilnærming for å gi tilstrekkelig mening.

4.4.3 Søk på termer relatert til valgfusk eller undergraving av politisk tillit

Med et fokus på å undersøke om det har vært forsøk på å undergrave politisk tillit eller systematiske forsøk på å så tvil om valgprosessen, gjorde vi en analyse på tvers av datamaterialet. For dette formålet gjennomførte vi søk etter tematiske søkeord som faller under følgende tilnærminger:

- Forsøk på å påvirke tilliten til valgprosessen, valgresultatet, valgte kandidater og partier, og det politiske systemet og norske myndigheter mer generelt, herunder ubegrunnede påstander om valgfusk.
- Forsøk på å redusere valgdeltakelsen.

Vi fokuserte på følgende søkeord:



Figur 14: Antall treff på søkeord relatert til valgfusk eller undergraving av politisk tillit

Som vi ser av figur 14 er det generelt få treff i det innsamlede materialet på søkeordene relatert til de to tilnærmingene. En analyse av innleggene ga ingen indikasjoner på organisert påvirkning i form av gjentatte budskap eller meldinger. De mest brukte søkeordene er legitimasjon og juks med henholdsvis 271 og 182 treff, noe som er svært lite i forhold til den totale datamengden. Ordene er brukt i et utall forskjellige sammenhenger uten indikasjon på systematikk eller bakenforliggende organisering. Ofte gir bruken uttrykk for generell misnøye og frustrasjon på en rekke forskjellige områder av mange ulike brukere.

Samlet sett ga analysen av datamaterialet ingen indikasjoner på forsøk på undergraving av politisk tillit, spredning av ubegrunnede påstander om valgfusk eller forsøk på å redusere valgdeltakelsen.

4.4.4 RT og Sputniknews sine omtaler av Norge

For å få et inntrykk av om det har pågått en målrettet sverting av Norge i tidsrommet gikk vi gjennom saker om Norge skrevet av RT.com (tidligere kjent som Russia Today) og Sputniknews.com. Disse er de største russiske mediene på fremmede språk og kjente kanaler for påvirkning. RT hadde svært få saker, mens Sputniknews hadde et betydelig antall, men det ble ikke registrert en markert økning i forkant av valget. Sakene er ofte linket fra norske medier, og omhandler for det meste innvandringsrelaterte saker eller saker relatert til Russland, og da ofte sikkerhetspolitikk. Detaljer om funn finnes i vedlegg E.

Vi kryssjekket også sputniknews.com og RT.com opp mot det innsamlede datamaterialet. Det var ingen lenker til sputniknews.com og de få fra RT.com omhandlet ikke Norge, men hendelser i Syria og Ukraina. En gjennomgang av datamaterialet opp mot sakene om Norge publisert av RT.com og Sputniknews ga heller ingen treff av interesse. Med disse undersøkelsene har vi ikke grunnlag for å si at det har pågått en målrettet sverting av Norge i tidsrommet for undersøkelsene.

4.5 Sammendrag av analysen

På bakgrunn av de foregående analysene går denne seksjonen tilbake til forskningsspørsmålene for dette prosjektet. Hovedresultatet er at vi ikke har funnet klare indikasjoner på utenlandske informasjons-påvirkningskampanjer i forkant av og under det norske lokalvalget i 2019, inkludert spredning av desinformasjon i norske medier fra utenlandske aktører.

Det analysen derimot har funnet er en form for organisert nettverksaktivitet for spredning og deling av kontroversielt innhold, deriblant kjente konspirasjonsteorier. Gjennom grafanalyser på mønster av spredning og deling av mindre troverdige nettkilder identifiserte vi et fåtall brukere, kalt superbrukere, som følges av særdeles mange brukere og som videre sprer tilsvarende budskap fra. I nettverket fant vi også brukere som kun følger og følges av superbrukerne. Etter en manuell gjennomgang fant vi en rekke oppfordringer om å koordinere informasjon via krypterte kanaler, bruke tjenester for å unngå å bli sporet online og oppfordringer om å modere språkbruken når man kommenterer på nettsteder som når bredere deler av offentligheten. Kvalitativ analyse på tvers av vårt innsamlede datamateriale identifiserte også enkelte av disse brukerne.

Et annet funn som vekket interesse, var en trend hvor brukere spredte informasjon om og lenker til både Facebook-siden og nettstedet til det omdiskuterte Sørlandsnyhetene. En grafanalyse av dette nettverket viste en annen konstellasjon av relasjoner brukere imellom. Disse var ofte organisert i enveisrelasjoner hvor noen superbrukere hadde et flertall av brukere, men kun fulgte en eller to brukere selv. Videre superbrukerne hadde veldig mange poster og var langt mer aktiv enn en gjennomsnittlig bruker.

Vi kan ikke påvise at noen av aktørene i disse nettverkene er utenlandske eller representerer utenlandsk påvirkning. Analysen har heller ikke indikert at spredningen av denne informasjonen omhandlet valget eller var rettet mot valgprosessen. De aktørene som er mulig å identifisere basert på historikk og åpne profiler fremstår som nordmenn med norske IP- og boligadresser.

Selv om de kvalitative analysene har indikert et polarisert debattlandskap som kan invitere til ytterligere polarisering, finner vi også gjennom disse analysene at den demokratiske debatten i både sosiale medier og nyhetsmedier antakelig er bedre enn sitt rykte, hvor det foreligger en demokratisk robusthet mot påvirkningsforsøk.

Samtidig er disse observasjonene en påminnelse om at de teknologiske mulighetene for informasjons-påvirkning er svært komplekse og i stadig utvikling, og lett kan overskride det vi kan oppdage gjennom kun å studere det innholdsmessige resultatet slik det fremstår i kommentarfeltene. En av de få tingene man kan slå fast er at skillet mellom ekte og uekte, legitimt og illegitimt, blir stadig vanskeligere å opprettholde.

Med hensyn til metode har vi kun sett på et utvalg av digitale plattformer og analysen må ses i lys av dette. En innovativ og utforskende analyse som dette medførte også metodologiske utfordringer. Søkord- og nøkkelordlisten medførte utfordringer hvor enkeltord kan ha mange ulike betydninger og at det er nødvendig å ta hensyn til konteksten for ikke å tolke dem feil. En kvantitativ, automatisert analyse er egnet til å indikere potensielt problematiske ord, men samtidig er det risiko for å tolke disse ordene feil, siden det ikke kan ta hensyn til den individuelle konteksten. Ofte er det kun normale ord som kan vises i mange forskjellige sammenhenger og brukes av normale brukere. Et annet moment er at enkelte ord ikke har vært de mest hensiktsmessige, for eksempel ordet "gratis", og at det er et betydelig forbedringspotensial ved slike ordlister. Det var også vanskelig å gjøre analyser på ord som "islam" og "fake news" på for eksempel Twitter fordi disse også brukes globalt og ikke bare i Norge. Listene våre kan brukes som utgangspunkt for fremtidige analyser,

men de må forbedres og valideres. Videre arbeid på slike ordlister på norsk bør også vurdere å inkludere nynorsk og samisk.

Analysen vår er utforskende og bør sees på som et utgangspunkt for fremtidig forskning i denne retningen. I vårt tilfelle har det imidlertid også blitt demonstrert at kvalitative og kvantitative kan utfylle hverandre på en god måte, når resultatene blir satt i sammenheng.

5 Råd om mulige tiltak – Hvordan bør utfordringene møtes?

Kommunal- og moderniseringsdepartementet ber i sitt oppdrag om råd om hvordan sentrale myndigheter best kan møte utfordringene, og hvordan man kan bevisstgjøre befolkningen på en hensiktsmessig måte. Vi vil her først gi en kort beskrivelse av hva valgpåvirkning er. Deretter vil vi gi en oversikt over aktuell litteratur, studier og planer for å hindre og eventuelt håndtere påvirkning av valg. Dette vil så bli sammenfattet i en strukturert oversikt over mulige tiltak. En rekke av tiltakene er inngripende og utfordrende, særlig i forhold til demokrati og ytringsfrihet, og vi vil derfor deretter gjennomgå de viktigste utfordringer, begrensninger og kritikk mot slike tiltak. Avslutningsvis gjøres en vurdering av prioriterte tiltak som bør iverksettes. Da vi har svært begrenset oversikt over de mange implikasjoner tiltakene kan ha, må det imidlertid tas betydelig forbehold og påpekes at hvert enkelt tiltak må grundig vurderes før beslutning.

5.1 Trusler og utfordringer - hva er valginnblanding?

Bay og Snore⁶⁸ mener at innblanding i valg kan ha som hensikt å påvirke valgresultatet, undergrave tilliten til valget, eller andre hensikter som å undergrave demokratiet, internt samhold eller påvirke oppfatningen av et land internasjonalt. De hevder dette kan gjøres på tre måter. For det første ved å påvirke valg som en administrativ prosess, gjennom hacking av valgsystemer eller spredning av desinformasjon som undergraver tilliten til valget. For det andre ved å påvirke deltakelse i valget, enten ved å spre desinformasjon om hvor, når og hvordan man stemmer, eller ved å undergrave viljen til å delta i valget. For det tredje ved å påvirke valget som en politisk prosess, ved cyberangrep, trolling og påvirkning i sosiale medier, lekkasjer og undergraving av politiske kandidater.

Brattberg og Maurer⁶⁹ har en noe annen inndeling, og mener valginnblanding kan rettes mot velgernes preferanser, deltakelsen i valg, eller valgprosessen. Dette kan skje på tre måter, gjennom informasjonsoperasjoner, eksempelvis i sosiale medier, gjennom cyberoperasjoner, eksempelvis hacking av datasystemer tilknyttet valg, eller via såkalte blandede operasjoner som inkluderer både informasjonsoperasjoner og cyberoperasjoner.

Det er også en forskjell på illegitim informasjonspåvirkning og legitim kommunikasjonsvirksomhet. Det første vil typisk involvere villedning eller forfalskning, utnytte våre svakheter til fordel for en fremmed stat, forstyrre konstruktiv debatt, eller blande seg inn i saker hvor utenlandske aktører ikke har en legitim rolle.⁷⁰

5.2 Litteratur, studier og planer

Det finnes omfattende forskning og undersøkelser som er relevant for beskyttelse av valg mot påvirkning. For det første er det litteratur om påvirkning generelt, og deler av denne omtaler spesielt sosiale medier og polarisering, som så langt har vært det mest utsatte området. For det andre er det litteratur om fremmede staters påvirkning av vestlig politikk, hvorav valgpåvirkning bare er en av en rekke kanaler og metoder for påvirkning. For det tredje, er det litteratur om desinformasjon, som ofte overlapper med utfordringene knyttet til

⁶⁸ Bay S og Snore G (2019), s. 10-11.

⁶⁹ Brattberg og Maurer (2018), s. 27.

⁷⁰ Pamment J, Nothhaft H, Agardh-Twetman H & Fjallhed A (2018). Countering Information Influence Activities – The State of the Art. Lund University: Lund.

valgpåvirkning. For det fjerde, er det litteratur som spesielt fokuserer på beskyttelse av digital informasjonspåvirkning av demokratiske valg.

Vi gir i det etterfølgende en oversikt over den viktigste norske litteraturen på området, EUs planer og tiltak, og de mest relevante internasjonale studier av beskyttelse av valg.

Regjeringen lanserte i juni 2019 sin tiltaksplan⁷¹ for å hindre uønsket påvirkning og hybride trusler i valggjennomføringen av kommunestyre og fylkestingsvalget. Den omfattet ti tiltak, blant annet tverrsektorielt samarbeid om risikoanalyser, informasjon til kandidater, partier og mediene, beredskapsordning for hacking av sentrale myndigheters profiler på sosiale medier, sikring av valggjennomføring og manuell telling av stemmer, kartlegging av mulig påvirkning, samt avdekking av falske nyheter.

Som en del av regjeringens tiltaksplan mot påvirkning av valg har Medietilsynet, Faktisk.no og Landslaget for lokalaviser (LLA) gått sammen om en kampanje⁷² for å øke bevissthet om falske nyheter og desinformasjon. Kampanjen omfatter filmer og annonser som spres via aviser og sosiale medier, samt en quiz og konkrete råd om hvordan falske nyheter kan avdekkes. Medietilsynet har i sine undersøkelser⁷³ påvist at eldre er dårligst til å gjenkjenne falske nyheter. Faktisk.no beskriver på sine hjemmesider metodikk for faktasjekk.

Konsulentselskapet Proactima har levert rapporten *Sikkerheten i demokratiske prosesser i Norge*⁷⁴ til valglovutvalget. De foreslår ni regulatoriske tiltak, hovedsakelig i forhold til hjemler og sikkerhetskrav, samt 20 andre mulige tiltak, og påpeker også utfordringer i forhold til åpenhet og ytringsfrihet.

Teknologirådet har i en kortrapport⁷⁵ foreslått spilleregler for åpenhet om mikromålretting og merking av politisk reklame, og gir også en oversikt over tiltak mot manipulering internasjonalt. Datatilsynet har i en rapport⁷⁶ undersøkt bruken av digital målretting av politiske budskap generelt og i Norge spesielt, og har utformet seks råd om forsvarlig bruk av digital målrettingsteknologi. Rådene fokuserer på utvikling av felles normer og ivaretagelse av personvern. De påpeker særlig at mikromålretting kan gjøre det politiske systemet sårbart for manipulering, bidra til diskriminering og gå ut over legitimiteten og tilliten til den demokratiske prosessen.

Bente Kalsnes har i sin bok *Falske nyheter – løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentlighet*⁷⁷ gjort en grundig gjennomgang av hva falske nyheter og desinformasjon er, hvordan de skapes og deles, og gitt en del råd om håndtering av utfordringene. Hun gjennomgår aktuell litteratur, beskriver hvordan faktasjekk bør gjennomføres, og anbefaler tiltak innen fire områder, media, teknologi og plattformer, lovverk, samt skoloring i kritisk medie- og informasjonsforståelse og kildekritikk.

EU har utviklet en *Action plan against disinformation*⁷⁸ for å styrke arbeidet mot desinformasjon. Planen omfatter fire pilarer, for det første styrking av evne til å detektere, analysere og eksponere desinformasjon, for det andre styrket koordinering og felles respons, for det tredje mobilisering av privat sektor mot

⁷¹ Statsministerens kontor (2019). Ti tiltak for å hindre uønsket påvirkning i valggjennomføringen. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/ti-tiltak-for-hindre-uonsket-pavirkning-i-valggjennomforingen/id2661220/>

⁷² Medietilsynet (2019). Til felles kamp mot falske nyheter. Hentet fra: <https://medietilsynet.no/om/aktuelt/felles-kamp-mot-falske-nyheter/>

⁷³ Medietilsynet (2019). Eldre er dårligst på å gjenkjenne falske nyheter. Hentet fra: <https://medietilsynet.no/om/aktuelt/eldre-er-darligst-pa-a-gjenkjenne-falske-nyheter/>

⁷⁴ Valdøl A-K, Wiencke H S, Dale C, Tuastad S, Holo T, Røed W & Sandal B (2019). *Sikkerheten i demokratiske prosesser i Norge*. Proactima: Stavanger.

⁷⁵ Barland M & Tennøe T (2019). *Valg, teknologi og politisk påvirkning*. Teknologirådet: Oslo.

⁷⁶ Datatilsynet (2019). *På parti med teknologien – Digital målretting av politiske budskap i Norge*. Datatilsynet: Oslo.

⁷⁷ Kalsnes B (2019). *Falske nyheter – løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentlighet*. Cappelen Damm Akademisk: Oslo.

⁷⁸ European Commission (2018). *Action plan against disinformation*. Hentet fra: https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/action_plan_against_disinformation.pdf

desinformasjon, samt styrket bevissthet og motstandsdyktighet. Tiltakene følges opp med jevnlig rapportering.⁷⁹

EU har også foreslått tiltak inne fem områder for å sikre frie og rettferdige valg. Områdene er bedret samarbeid, åpenhet om politisk annonsering, regler for beskyttelse av personlige data, datasikkerhet, samt mulighet for bøtelegging av politiske partier for personvernbrudd.⁸⁰ I samarbeide med sosiale mediefirmaer og markedsføringsbransjen har EU også laget en *Code of practice on disinformation*,⁸¹ hvor de har gitt detaljerte råd mot desinformasjon innen fem områder. Disse er kontroll med annonsering, regler for politiske annonser, sikring av plattformenes integritet for å unngå misbruk, tiltak for å sikre brukernes forståelse og innflytelse, samt tiltak for å styrke forskning om desinformasjon og politisk annonsering. Planen omfatter også forslag til beste praksis for markedsføringsbransjen.

I håndboken *Countering information influence activities – A handbook for communicators*⁸² har den svenske Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) gitt detaljerte råd for håndtering av informasjonspåvirkning. Håndboken omhandler håndtering og imøtegåelse av informasjonspåvirkning generelt, og ikke bare i forbindelse med valg. Håndboken er delt i tre deler, bevissthet om, identifisering av, og kontring av informasjonspåvirkning. I forbindelse med kontring av informasjonspåvirkning legger de særlig vekt på forberedelser, herunder bevisstgjøring, bygging av tillit gjennom kommunikasjon, og grundig risiko og sårbarhetsanalyse.

Brattberg og Maurer har i *Russian election interference – Europe's counter to fake news and cyber attacks*⁸³ gjennomgått tiltak og erfaringer fra Nederland, Frankrike, Storbritannia, Tyskland og Sverige. De deler mottiltak inn i fem kategorier: juridiske, tekniske, polymessige, operasjonelle, samt bevissthet og utdanning, og påpeker samtidig at det er essensielt med en læringsprosess over tid. De gir 14 konkrete forslag til tiltak, uten å kategorisere disse, samt ytterligere 11 tiltak spesifikt for USA. Deler av disse er inkludert i den etterfølgende oversikten over mulige tiltak.

Natos Center of Excellence for Strategic Communications har i studien *Protecting elections: A strategic communications approach*⁸⁴ sett på tiltak for å beskytte valg i Sverige, Finland, Estland og Latvia. Deres tilnærming er basert på MSBs opprinnelige arbeid, utviklet av Brattberg og Maurer, og videreutviklet i denne studie. Studien anbefaler å starte med en kartlegging av informasjonsmiljøet, gjennomføre en trusselvurdering og vurdere kapasiteter i forhold til risiki. Forfatterne bak studien påpeker at beskyttelse av valg med svært mange aktører er krevende, og det er et behov for både forebyggende og skadebegrensende tiltak. Basert på erfaringene fra de fire landene oppsummerer de en rekke tiltak under seks hovedpunkter: Kartlegging, koordinering, beskyttelse og motstandsdyktighet, samarbeide og partnerskap, deteksjon og overvåking, samt utdanning og bevissthet.

Kolga et al gjør i *Russia-Proofing your election*⁸⁵ en gjennomgang av påvirkning av valg i Sverige, Estland, Latvia, Litauen, Frankrike, Tyskland og Canada, og fremmer en rekke forslag for å beskytte valget i Canada i

⁷⁹ European Commission (2019). Action plan against disinformation – Report on progress – June 2019. Hentet fra: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/factsheet_disinfo_elex_140619_final.pdf

⁸⁰ European Commission (2018). State of the union 2018 – Free and fair European elections. Hentet fra: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/soteu2018-factsheet-free-fair-elections_en.pdf

⁸¹ European Commission (2018). Code of practice on disinformation. Hentet fra: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

⁸² Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (2019). Countering information influence activities – A handbook for communicators. MSB: Karlstad.

⁸³ Brattberg E & Maurer T (2018). Russian Election Interference – Europe's Counter to Fake News and Cyber Attacks. Carnegie Endowment for International Peace: Brussels.

⁸⁴ Bay S & Snore G (2019). Protecting Elections: A Strategic Communications Approach. NATO Strategic Communications Centre of Excellence: Riga.

⁸⁵ Kolga M, Janda J & Vogel N (2019). Russia-proofing your election – Global lessons for protecting Canadian democracy against

2019. Disse omfatter samarbeide med sosiale medieselskaper, datasikkerhet, regulering av utenlandske medier, avskrekkende kommunikasjon mot potensielle motstandere, internasjonalt samarbeid, og endring av sikkerhetslovgivning for å muliggjøre cyberangrep mot de som eventuelt angriper valget. Mange av forslagene er svært detaljerte, og ofte betydelig mer restriktive og inngripende enn det de foregående anbefaler.

Natos Center of Excellence har i *Government responses to malicious use of social media*⁸⁶ gjennomgått og gitt en oversikt over anbefalte eller gjennomførte tiltak mot manipulasjon i sosiale medier i 43 land. Disse er samlet i fire grupper, tiltak rettet mot sosiale medieselskaper, tiltak mot angripere, tiltak rettet mot innbyggere, sivilsamfunn og medier, samt tiltak for å bygge statlige kapasiteter mot manipulasjon. De påpeker også at det ikke finnes noen enkle løsninger på utfordringene, og at mange av tiltakene er problematiske, og anbefaler en dreining fra kontroll og kriminalisering til mer fokus på personvern og åpenhet om algoritmer og annonsering.

Oxford Technology and Elections Commission har i *A report of anti-disinformation initiatives*⁸⁷ gitt en oversikt over en lang rekke tiltak mot desinformasjon og manipulasjon globalt. Rapporten påpeker at tiltak mot desinformasjon ofte er kontroversielle eller krevende å innføre, og at de kan brukes for å få kontroll over medier og hindre fri debatt og ytringsfrihet. I en annen rapport, *Literature review on elections, political campaigning and democracy*,⁸⁸ har OxTec gjennomgått litteratur om digital illegitim påvirkning av valg. Rapporten påpeker at vi fortsatt vet lite om effekten av slik påvirkning og fremhever særlig behovet for å ivareta personvern.

Det amerikanske senatet har utgitt en rapport om russiske intervensjoner mot valginfrastruktur,⁸⁹ og en om bruk av sosiale medier i forbindelse med valget i 2016⁹⁰. Den første anbefaler en lang rekke tiltak for amerikanske forhold i fire kategorier, avskrekking, deling av informasjon om trusler, datasikkerhet i valgsystemene og sikring av stemmegivning og -telling. Den andre har en lang rekke tiltak for sosiale mediefirmaene, lovgivning, bevisstgjøring og koordinering.

En rekke andre har også gitt anbefalinger for å sikre valg som overensstemmer med det foregående, som for eksempel undersøkelsen⁹¹ av det svenske valget og en komparativ analyse av russisk innblanding i valg.⁹²

5.3 Oversikt over mulige tiltak

Rådene dekker et bredt spekter av utfordringer, har varierende oppløsning, og er til dels svært detaljerte. De ulike kildene har også noe varierende tilnærminger og prioriteringer, og det var derfor nødvendig å strukturere og systematisere for å få en håndterbar sammenfatning. Spekteret på rådene er også stort, fra undervisning i medieforståelse i skolen til sikkerhetslovgivning som tillater cyberangrep mot land som blander seg inn i valg. En del av rådene er tilpasset behov, regelverk og utfordringer i spesifikke land, og er således ikke relevante for Norge. Andre må justeres for å være relevante.

foreign interference. Macdonald-Laurier Institute: Ottawa.

⁸⁶ Bradshaw S, Neudert L-M & Howard P N (2018). Government responses to malicious use of social media. NATO Strategic Communications Centre of Excellence: Riga

⁸⁷ Robinson O, Coleman A & Sardarizadeh S (2019). A report of anti-disinformation initiatives. Oxford Technology and Elections Commission: Oxford.

⁸⁸ Thwaite A (2019). Literature review on elections, political campaigning and democracy. Oxford Technology and Elections Commission: Oxford.

⁸⁹ U.S. Senate Select Committee on Intelligence (2019). Report on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election. Volume 1: Russian Efforts Against election Infrastructure. U.S. Senate: Washington D.C.

⁹⁰ U.S. Senate Select Committee on Intelligence (2019). Report on Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election. Volume 2: Russia's Use of Social Media. U.S. Senate: Washington D.C.

⁹¹ Colliver C, Pomerantsev P, Applebaum A og Birdwell J (2018). Smearing Sweden – International Influence Campaigns in the 2018 Swedish Election. ISD: London.

⁹² Lamond J og Dessel T (2019). Democratic Resilience – A Comparative Review of Russian Interference in Democratic Elections and Lessons Learned for Securing Future Elections. Centre for American Progress: Washington D.C.

Vi har i arbeidet ikke funnet indikasjoner på faktisk påvirkning av valget, og har derfor ikke konkret grunnlag for rådene basert på funn fra dette valget. Oversikten over tiltak må ses som en sammenfatning av mulige tiltak, hentet fra en omfattende litteratur om temaet, og ikke et råd om hva som bør gjennomføres. Aktuelle tiltak bør derfor underkastes en nøye videre vurdering for å avklare økonomiske, politiske, juridiske, praktiske, sikkerhetspolitiske og andre implikasjoner, samt forholdet til demokrati og ytringsfrihet. Dette omfatter forhold som SINTEF i dette prosjektet ikke har tilstrekkelig kompetanse å vurdere fullt ut.

Vi har valgt å dele mulige tiltak inn i seks delvis overlappende grupper: (1) bevisstgjøring, (2) forebygging, (3) samarbeide og koordinering, (4) beskyttende tiltak, (5) aktive mottiltak og avskrekking, samt (6) forskning, læring og kompetansebygging.

5.3.1 Bevisstgjøring

Den grunnleggende tanken er å gjøre myndigheter, befolkning og medier oppmerksomme på utfordringene, og at kunnskap og informasjon bidrar til å redusere både spredningen og effekten av desinformasjon og påvirkning. Dette kan gjøres ved informasjon via medier, omtale av trusselen fra offentlige myndigheter, sikkerhetstjenester, forskningsmiljø og andre som har relevant informasjon, og ved å oppfordre til debatt om temaet. Aktuelle tema er klargjøring av de viktigste truslene, eksempler på innblanding i valg fra andre steder, hvilke tiltak som er planlagt, og hvordan velgerne kan opptre bevisst i forhold til informasjon og selv identifisere mistenkelig informasjon. Bevissthet og omtale vil også kunne bidrag til rapportering av påvirkningsforsøk. Slike informasjonstiltak og kommunikasjon via redaksjonell omtale er rimelige, kan nå mange, og er i hovedsak ukontroversielle. Man bør imidlertid sørge for god dokumentasjon og begrunnelse av trusler, slik at man bevarer troverdighet over tid og ikke blåser trusselen ut av proporsjoner.

Bevisstgjøring av aktørene som er direkte involvert i valg er trolig et kosteffektivt, målrettet og lite kontroversielt tiltak. Dette kan omfatte bevisstgjøring av og informasjon til de som er engasjert i avvikling av valg, forebygging av påvirkning, samt til kandidater og partier. Flere fremhever at partiene har behov for data- og sikkerhetsrådgivning. Tiltakene vil også henge nøye sammen med tiltak for å bedre samarbeide og koordinering mellom de mange aktører som er involvert i valgavvikling.

Et mer omfattende alternativ er bredt anlagte tiltak mot større målgrupper. Dette kan være tiltak, opplæring eller kampanjer for å øke kunnskap om demokratiske prosesser, bevissthet om falske nyheter, desinformasjon, kildekritikk og medieforståelse, opplæring i nettvett i bred forstand og holdningskampanjer mot netthets. Deler av disse tiltakene kan være aktuelle for langvarig satsing i skolen. Medietilsynets kartlegging viser at eldre er dårligst til å gjenkjenne falske nyheter, og bevisstgjøring av disse er et aktuelt tiltak. Disse tiltakene vil være svært ressurskrevende og langvarige. De kan potensielt også være krevende i forhold til spørsmål om hvor langt myndigheter skal påvirke før det er utfordrende i forhold til sensur og ytringsfrihet.

5.3.2 Forebygging

Forebygging starter naturlig med en kartlegging og utarbeidelse av trusselvurderinger og risiko- og sårbarhetsanalyser. Disse danner grunnlag for utarbeidelse av beredskapsplaner og kommunikasjonsplaner med forberedte budskap for håndtering av aktuelle utfordringer. Det anbefales at planene gjennomgås og øves, og at det gjennomføres øvelse i krisehåndtering.

Det anbefales at valgsystem og infrastruktur anses som skjermingsverdige, det vil si at de ifølge sikkerhetsloven har avgjørende betydning for grunnleggende nasjonale funksjoner⁹³. Dette innebærer at de er underlagt spesielle krav til testing og beskyttelse. I tillegg bør systemene "stresstestes" for å sikre at de tåler aktuelle belastninger. Prosjektet har ikke innsikt i eksisterende trusselvurderinger, planverk og tiltak for å

⁹³ Lov om nasjonal sikkerhet, §§ 6-1 og 7-1.

beskytte valgsystem og infrastruktur. Vi kan derfor ikke gi anbefalinger på dette punkt, annet enn at det bør vurderes en kartlegging av utfordringer og identifisering av kosteffektiv forebygging.

Det må være et system for og kompetanse til å overvåke og analysere ulike former for digital informasjonspåvirkning. Det bør etableres rapporteringsmekanismer og varslingsystem som involverer norske myndigheter, internasjonale datafirma, medier og sivilsamfunn slik at påvirkningsforsøk kan identifiseres og følges opp. Videre bør det etableres tilstrekkelig kapasitet til å analysere påvirkningsforsøk og følge opp med mottiltak. Disse tiltakene vil trolig kreve bidrag fra et antall departementer, etater, hemmelige tjenester og forsknings- og utviklingsmiljøer, og bør sees i sammenheng med punktet under om samarbeide og koordinering, samt punktet om forskning, læring og kompetansebygging.

Nyhetsmediene er viktige aktører som bør involveres og bevisstgjøres. Det kan bidra til både kritisk journalistikk og beredskap mot påvirkning. Som et eksempel samarbeidet mediene i Frankrike under presidentvalget om å ikke publisere materiale basert på hacking eller desinformasjon. Det anbefales å legge til rette for bred, faktabasert kvalitetsjournalistikk. Enkelte påpeker behov for kompetansebygging og verktøy slik at journalister lettere kan drive faktasjekk. For å sikre tilliten til mediene er det ønskelig med åpenhet om journalistiske prosesser. Enkelte land regulerer eller stiller krav om registrering av utenlandske medier. Tiltak i forhold til mediene favner bredt, og bør vurderes nøye i forhold til kostnader, medieavhengighet og muligens sensur.

5.3.3 Samarbeid og koordinering

Tiltak her bygger på det som er nevnt under bevisstgjøring. Valg involverer en lang rekke aktører og offentlige myndigheter på forskjellige nivå. Det bør være klare roller, ansvar, myndighet og samarbeidsrutiner mellom alle involverte offentlige organ, nasjonalt og lokalt. Det bør også være mekanismer for å støtte lokale valgorganisasjoner fra sentralt og mer spesialisert og kompetent nivå. Man bør også institusjonalisere samarbeide mellom alle aktører som er involvert i valgavvikling, herunder partiene og mediene som omtalt over.

Videre bør det etableres hensiktsmessige samarbeidsformer med de store internasjonale sosiale mediebedriftene for å håndtere desinformasjon, målrettet annonsering, tyveri av konti og annen manipulasjon, samt rutiner for varsling og informasjonsutveksling. EU har utviklet sin Code of Practice, som kan danne standard for dette samarbeidet. Enkelte, som Kolga et al, foreslår betydelig strengere krav til sosiale medier enn EU.⁹⁴ Åpenhet om funksjoner og algoritmer, samt tilgang til API (Application programming interface) for digitale plattformer er også ønskelig for forskning på og analyse av påvirkning i sosiale medier.

Det bør også etableres samarbeid med allierte land om trusler, varsling og mottiltak, og med internasjonale kompetansemiljø som European External Action Service/East StratCom, NATO Centre of Excellence for Strategic Communication, og det europeiske Centre of Excellence on Countering Hybrid Threats (hvor Norge deltar). Dette vil kunne bidra sterkt til erfaringsutveksling, læring og kompetansebygging.

Prosjektet har ikke tilstrekkelig innsikt i gjeldende tiltak og praksis til å gi mer konkrete anbefalinger under dette punktet.

5.3.4 Beskyttende tiltak

Det er svært mange beskyttende tiltak som er mulig, og det vil utvilsomt kreve prioritering og nøye vurderingen som ligger utenfor prosjektets mandat. Tiltak innen datasikkerhet nevnes imidlertid ofte, og bør vurderes nærmere. Det diskuteres også strengere regulatoriske tiltak og forbud, men det er samtidig stor bevissthet om at disse ofte har problematiske sider.

⁹⁴ Kolga et al (2018), s. 27-28.

Datasikkerhet fremheves gjennomgående som svært viktig, og følgende tiltak er nevnt:

- Støtte partier, kandidater og valgorganisasjon mot dataangrep
- Etablere sikre tekniske løsninger, med back-up og uavhengige alternative løsninger, særlig for avvikling av valget og stemmetelling
- Opplæring i datasikkerhet for alle involverte
- Beskytte persondata relevant for valgavvikling
- Sikre felles tolking av GDPR i forbindelse med valg
- Regulere sosiale mediefirmaers bruk av persondata
- Deltakelse i EUs Network of Cybersecurity Competence Centres

Innen mikromålretting og annonsering er følgende tiltak nevnt:

- Åpenhet om mikromålretting og målgrupper
- Merking og arkivering av annonser
- Åpenhet om finansiering av mikromålretting og valgkamp generelt
- Felles normer for mikromålretting og ivaretagelse av personvern.
- Mulighet for sanksjonering og bøtelegging av brudd
- EU har også en lang rekke mer detaljerte tiltak i sin handlingsplan.

Det er foreslått en lang rekke regulatoriske tiltak. Proactimas rapport til valglovutvalget har gjort en grundig gjennomgang av temaet.⁹⁵

- Regulering av valg gjennomføring og mulighet for tilsyn
- Legge valg gjennomføring under sikkerhetsloven
- Rolleavklaring mellom lokale og sentrale aktører
- Obligatorisk bruk av valgadministrasjonssystemet EVA
- Beredskapshjemmel i valglovgivningen
- Krav om to uavhengige tellinger
- Tydeliggjøre sanksjonsmuligheter ved hacking av valgsystemer
- Kontroll med valgmedarbeidere for å unngå innsidetrussel
- Opplæring og bevisstgjøring av valgmedarbeidere.
- Regler mot kjøp og salg av falske klikk
- Regler mot spredning av falsk info (anses som særlig problematisk)
- Utvidelse av definisjonen av ulovlig materiale
- Forbud mot utenlandsk finansiering av valgkamp.

5.3.5 Aktive mottiltak og avskrekking

Det er også aktuelt med aktive mottiltak for å avskrekke aktuelle aktører. Det mest aktuelle tiltaket er advarsler fra norske myndigheter om at påvirkning vil bli overvåket og eksponert. Dette innebærer at man offentlig går ut og informerer om at man analyserer og overvåker mulige påvirkningsforsøk, og advarer om at man vil eksponere eventuelle forsøk. Tiltaket er i seg selv enkelt og billig, men krever aktiv involvering fra politisk ledelse for å være troverdig. Det vil også ha stor medieinteresse, og dermed potensielt nå mange. God dokumentasjon av eventuelle forsøk vil i denne sammenheng være viktig for å bevare troverdighet. Det forutsetter også at man har en troverdig overvåkning, og politiske vilje til å følge opp ved påvirkningsforsøk. Slik offentlig eksponering av desinformasjon og påvirkning kan bidra både til avskrekking og bevisstgjøring.

⁹⁵ Valdal A-K, Wiencke H S, Dale C, Tuastad S, Holo T, Røed W og Sandal B (2019). Sikkerheten i demokratiske prosesser i Norge. Proactima: Stavanger.

Ved siste valg i Sverige kritiserte statsminister Løfven russiske påvirkningsforsøk, og uttalte tydelig at de ville overvåke og nådeløst eksponere videre forsøk.⁹⁶ Likeledes vurderte tysk sikkerhetstjeneste at Forbundsdays-valget i 2017 forløp uten nevneverdig innblanding nettopp fordi de hadde bred bevissthet om utfordringene og iverksatte omfattende tiltak.⁹⁷ Den amerikanske justisministerens, sammen med en rekke etatssjefer, advarte⁹⁸ nylig mot innblanding i valget i 2020, og den amerikansk cyberstrategien fastslår at de forbeholder seg rett til å bruke alle midler mot fremmed innblanding.⁹⁹

En rekke land, samt EU, har etablert egne enheter¹⁰⁰ for å beskytte landets velgere mot påvirkning utenfra, og i Sverige vurderes det om en ny myndighet skal ha ansvaret for landets psykologiske forsvar.¹⁰¹ Det kan derfor være aktuelt å vurdere nasjonale kapasiteter for beskyttelse mot fremmed påvirkning, enten som en egen enhet eller ved samarbeide mellom eksisterende etater. Enkelte anbefaler også nasjonale kapasiteter og lovgivning som tillater bruk av cyberangrep mot aktører som påvirker valg. Disse tiltakene er potensielt kostbare, må avklares grundig mot eksisterende kapasiteter, ansvarsforhold og muligens lovgivning, og kan ha sikkerhetspolitiske implikasjoner.

5.3.6 Forskning, læring og kompetansebygging

Sikring og beskyttelse av valg i et digitalt samfunn som Norge er komplekst og omfatter mange aktører, og har i løpet av kort tid blitt aktualisert med en rekke nye teknologiske utfordringer og trusler. Forskning og utviklingsarbeid anses som nødvendig for å bygge tilstrekkelig kompetanse og forståelse for utfordringene, og vil også være en forutsetning for og en integrert del av alt analysearbeid som gjøres for å forstå og overvåke truslene. Utfordringene med påvirkning av valg er nye, og kompetansen på temaet er begrenset. Dette forsterkes av at valg omfatter svært mange aktører. Det mest åpenbare temaene er forskning på valgpåvirkning generelt, påvirkning over nettet og i sosiale medier spesielt, og den løpende endring i trusler, teknologi og metoder. Forskning og utviklingsarbeid vil også kunne bidra direkte til bevisstgjøring og dermed forebygging. Påvirkning av valg må sees som en kontinuerlig prosess med stadig utvikling fra aktuelle aktører, og forskning og utvikling bør derfor pågå kontinuerlig for å bygge tilstrekkelig forståelse. Tiltaket er økonomisk skalerbart, trolig ikke veldig kostbart, og bør også anses som ukontroversielt.

Det er samtidig viktig at det opprettholdes en bevissthet om at de forskningsmessige utfordringene knyttet til dette området er beslektet med, men langt overskrider forskningsmessige målsettinger og tilnærminger som sorterer under kategoriene informasjonssikkerhet eller cyber-sikkerhet. Vi tillater oss også å påpeke at metodene utviklet gjennom dette prosjektet er lovende, men trenger mer forskningsinnsats for kalibrering og nødvendig utvikling for å holde tritt med trusselbildet knyttet til informasjonspåvirkning.

5.4 Utfordringer, begrensninger og kritikk

En rekke av tiltakene er inngripende, restriktive og utfordrende, særlig i forhold til demokrati, ytringsfrihet og risiko for sensur eller selvensur. Det er et stort antall mulige tiltak, og mange har direkte eller indirekte konsekvenser. Ofte er de negative eller utfordrende konsekvensene tydelige, mens effekten av tiltakene er

⁹⁶ Brattberg E & Maurer T (2018). Russian Election Interference – Europe's Counter to Fake News and Cyber Attacks. Carnegie Endowment for International Peace: Brussels, s. 22

⁹⁷ Federal Office for the Protection of the Constitution (BfV) (2018). Verfassungsschutzbericht 2017 (Annual report on the protection of the constitution 2017). BfV: Cologne, s. 270-217, 276.

⁹⁸ Cybersecurity and Infrastructure Security Agency (2019). Joint statement from DOJ, DHS, DNI, FBI, NSA and CISA on ensuring security of 2020 elections. Hentet fra: <https://www.cisa.gov/cisa/news/2019/11/05/joint-statement-doj-dod-dhs-dni-fbi-nsa-and-cisa-ensuring-security-2020>

⁹⁹ The White House (2018). National cyber strategy of the United states of America. The White House: Washington D.C., s. 21.

¹⁰⁰ Bradshaw S, Neudert L-M & Howard P N (2018). Government responses to malicious use of social media. NATO Strategic Communications Centre of Excellence: Riga

¹⁰¹ Regeringskanselliet (2018). En ny myndighet för psykologiskt försvar. Hentet fra: <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/kommittedirektiv/2018/08/dir.-201880/>

usikre. Det er avgjørende å finne en balanse mellom trussel, tiltak og konsekvenser, og man bør i den sammenheng ha en edruelig tilnærming til hvor alvorlig trusselen egentlig er.

Europakommisjonens ekspertgruppe advarer på det sterkeste mot å forby falske nyheter.¹⁰² De er bekymret for at tiltakene for å bekjempe falske nyheter og desinformasjon i land som Tyskland, Frankrike, Italia og Irland skal begrense ytringsfriheten og føre til selvsensur. MSB har gjennomført en detaljert studie¹⁰³ om hvilke rammer den svenske ytringsfrihetsloven setter for tiltak mot påvirkningskampanjer fra fremmede makter.

EPRS¹⁰⁴ påpeker at det er en risiko for at kommunikasjonsteknologien blir mer og mer politisert, at dette blir møtt med flere regulatoriske tiltak, og at dette igjen leder til en nedfrysningseffekt på demokrati og ytringsfrihet. De advarer derfor mot rask og lite gjennomtenkt regulering, og anbefaler fokus på åpenhet og ansvar, bevissthet og større investering i digital infrastruktur.

Natos Center of Excellence har i *Government responses to malicious use of social media*¹⁰⁵ påpekt at det ikke finnes noen enkle løsninger på utfordringene, at mange av tiltakene er problematiske, og anbefaler en dreining fra kontroll og kriminalisering til mer fokus på personvern og åpenhet om algoritmer og annonsering. Manglende åpenhet om moderering og blokkering kan også ha en såkalt *chilling effect*. De fremhever også at tiltak i demokratiske land kopieres av autoritære stater og brukes til å legitimere undertrykkelse, sensur og udemokratiske tiltak. Europakommisjonens ekspertgruppe advarer også mot enkle løsninger, og sier at enhver for sensur, privat eller offentlig, absolutt må unngås.¹⁰⁶

Oxford Technology and Elections Commission har påpekt¹⁰⁷ at tiltak ofte er kontroversielle eller krevende å innføre, og at de kan brukes for å få kontroll over medier og hindre fri debatt. I en annen rapport har de påpekt at vi fortsatt vet lite om effekten av slik påvirkning, og fremhever særlig behovet for å ivareta personvern.¹⁰⁸

Studien av det svenske valget¹⁰⁹ påpekte at de større mediene burde rapportere mer korrekt og forståelsesfullt om utfordringene med innvandring og integrering, og ikke feie utfordringene under teppet. Innflytelsen til sensasjonalistiske medier kunne dermed reduseres. En annen svensk studie¹¹⁰ for MSB fremhever at ytringsfriheten er en grunnleggende rettighet, og at ytringer skal møtes med åpen og fri debatt og ikke forbud eller begrensninger. De påpeker også at påvirkning i de aller fleste tilfeller er fullt lovlig, også når det kan være til skade for andre, og at det er svært problematisk hvis demokratiske stater begrenser ytringsfriheten på noen måte.

Den samme studien for MSB fremhever også at faktasjekk er problematisk hvis de på noen måte kan sies å begrense retten til alternative meninger og synspunkter. Internasjonalt har offentlig drevet faktasjekking ofte møtt kritikk og beskyldning om sensur.¹¹¹ Ved etableringen av Faktisk.no ble det uttrykt frykt for at de kunne

¹⁰² Kalsnes (2019), s. 132.

¹⁰³ Winther P (2016). Yttrandefrihetsgrunden och möjligheterna att möta påverkanskampanjer från främmande makt: Delrapport 2 (2016) på uppdrag av Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap. Försvarshögskolan: Stockholm.

¹⁰⁴ European Parliamentary Research Service (2019). Polarization and the use of technology in political campaigns and communication. EPRS: Strasbourg.

¹⁰⁵ Bradshaw S, Neudert L-M og Howard P N (2018). Government responses to malicious use of social media. NATO Strategic Communications Centre of Excellence: Riga, s. 6, 12.

¹⁰⁶ European commission (2018), Final report of the High Level Expert Group on fake news and online disinformation, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

¹⁰⁷ Robinson O, Coleman A og Sardarizadeh S (2019). A report of anti-disinformation initiatives. Oxford Technology and Elections Commission: Oxford.

¹⁰⁸ Thwaite A (2019). Literature review on elections, political campaigning and democracy. Oxford Technology and Elections Commission: Oxford.

¹⁰⁹ Colliver C, Pomerantsev P, Applebaum A og Birdwell J (2018). Smearing Sweden – International Influence Campaigns in the 2018 Swedish Election. Institute for Strategic Dialogue (ISD): London, s. 7, 34-35, 38.

¹¹⁰ Pamment J, Nothhaft H, Agardh-Twetman H og Fjallhed A (2018). Countering Information Influence Activities – The State of the Art. Lund University: Lund, s. 112-113.

¹¹¹ Robinson O, Coleman A og Sardarizadeh S (2019), s. 17.

bli en domstol i saker der det ikke finnes en absolutt sannhet¹¹² og deres søknad om statsstøtte ble omtalt som "på grensen til autoritære".¹¹³

5.5 Vurdering av prioriterte tiltak

Basert på litteraturstudiene og oversikten over mulige tiltak vil vi her anbefale noen tiltak som fremstår som særlig aktuelle. Som nevnt må vi ta betydelig forbehold om at vi i dette arbeidet har begrensede forutsetninger for å vurdere alle konsekvenser og implikasjoner. De etterfølgende fem grupper av tiltak fremstår imidlertid som prioriterte for videre vurdering.

Bevisstgjøring bidrar til at myndigheter, befolkning og medier oppmerksomme er på utfordringene, og bidrar til å redusere både spredningen av og effekten av desinformasjon og påvirkning. To tiltak peker seg ut. Informasjon og omtale av utfordringene via mediene kan nå mange, er kosteffektivt, og normalt ukontroversielt. Videre er bevisstgjøring av partier, kandidater og aktører direkte involvert i valgavviklingen målrettet og kosteffektivt. Informasjonsbrosjyren med gode sikkerhetsråd sendt til alle kandidater ved kommunestyre- og fylkestingsvalget 2019 av Kommunal- og moderniseringsdepartementet er et godt eksempel på slike tiltak.

Det bør vurderes en helhetlig gjennomgang av trusler, sårbarhet og beskyttelsestiltak for å lukke eventuelle gap og identifisere kosteffektive forebyggings- og sikringstiltak. Som en del av en slik helhetlig gjennomgang bør det særlig identifiseres nødvendige tiltak innen datasikkerhet.

Forskning og utviklingsarbeid anses som nødvendig for å bygge tilstrekkelig kompetanse og forståelse for utfordringene, og vil også være en integrert del av alt analysearbeid som gjøres for å forstå og overvåke truslene. Utfordringene med påvirkning av valg er nye, og kompetansen på temaet er begrenset. Forskning og utviklingsarbeid vil også kunne bidra direkte til bevisstgjøring og dermed forebygging. Påvirkning av valg må sees som en kontinuerlig prosess med stadig utvikling fra aktuelle aktører, og forskning og utvikling bør derfor pågå kontinuerlig for å bygge tilstrekkelig forståelse. Tiltakene er økonomisk skalerbare, trolig ikke veldig kostbare, og bør også anses som ukontroversielle.

Aktive mottiltak og avskrekking fremheves av mange, og det ble særlig påpekt at dette var en avgjørende faktor for å unngå innblanding i nylige valg i Sverige og Tyskland. Dette innebærer at man offentlig går ut og informerer om at man analyserer og overvåker mulige påvirkningsforsøk, og advarer om at man vil eksponere eventuelle forsøk. Tiltaket er i seg selv enkelt og billig, men krever aktiv involvering fra politisk ledelse for å være troverdig. I Sverige ble budskapet sendt av statsministeren. Det forutsetter også at man har en troverdig overvåkning og politiske vilje til å følge opp ved påvirkningsforsøk.

6 Oppsummering og refleksjon

Prosjektet har ikke kunnet påvise desinformasjon eller informasjonspåvirkning. Det foreligger likevel indikasjoner som ikke lar seg utforske nærmere i forbindelse med identifiserte nettverk som sprer informasjon, samt at det foreligger mønstre i nettdebatten som kan utnyttes dersom noen har intensjoner om å påvirke. På en annen side kan vi ikke påvise at det har vært utenlandske aktører med intensjon om å polarisere ytterligere eller utøve andre handlinger som korresponderer med de tilnærmingene for informasjonspåvirkning som vi har lagt til grunn for vår analyse.

Det undersøkte datamaterialet er på samme tid bare en liten del av den totale informasjonsstrømmen som i teorien har kunnet påvirke velgerne og valget, og det kan finnes metoder og mekanismer som vi ikke er

¹¹² Se Kalsnes (2019), s. 92, og ABC-nyheter (2017.07.07). Jagland med bredside mot Faktisk.no. Hentet fra:

<https://www.abcnyheter.no/nyheter/politikk/2017/07/07/195315932/jagland-med-bredside-mot-faktisk-no>

¹¹³ Jacobsen T & Eckblad B (2019, 22.10). Sp-politiker Ola Borten Moe angriper Faktisk.no etter søknad om statsstøtte. *Dagens Næringsliv*. Hentet fra: <https://www.dn.no/medier/senterpartiet/ola-borten-moe/vg/sp-politiker-ola-borten-moe-angriper-faktisk-no-etter-soknad-om-statsstotte/2-1-456355>

oppmerksomme på, eller som ikke kan fanges gjennom dataanalyse. Eksempelvis kunne man i et større prosjekt ha inkludert lokalaviser, samt bildeanalyse av Instagram og YouTube. Vi kan ikke utelukke at det bygges infrastrukturer for påvirkning som vi ikke kjenner godt nok i dag. Et eksempel på dette kan være de organiserte nettverkene vi påviste som utgjorde en bro mellom medier som den brede offentlighet benytter og forstår, og svært ytterliggående nettsteder med sin egen form, stil og logikk.

Det kan også reises spørsmål om et lokalvalg i Norge er tilstrekkelig interessant for en internasjonal aktør. Mot en slik skepsis kan det anføres at stortingsvalget om to år kan være av større interesse for en internasjonal aktør og dermed løpe større risiko for påvirkning, og en mulig aktør kan være interessert i å øve og teste metoder i forkant av stortingsvalget. Det internasjonale bildet som vi har tatt utgangspunkt i tilsier også at aktivitetsnivået innen desinformasjon og informasjonspåvirkning er stort og stadig økende. En effektiv motstand mot denne type trusler krever en kontinuerlig oppmerksomhet og kunnskapsutvikling. Oppdraget har hatt et fokus på mulig utenlandsk påvirkning. Funnene indikerer at illegitim, kontroversiell eller normutfordrende informasjonspåvirkning også kan foregå innenfor nasjonale rammer.

Det må også tilføyes at vår empiri og analyse knapt har berørt de underliggende strukturene vi pekte på innledningsvis om digital påvirkning av valg, rollen til sosiale medier, og digital økonomi, psykologi og makt. Den totale trussel- og sårbarhetsforståelsen kan utfylles gjennom et "Big Other"-paradigme¹¹⁴ som gir bedre forutsetninger for å forstå implikasjonene av den daglige digitale påvirkningen vi utsetter oss for, og som kanskje medfører at valgpåvirkning gjennom digitale medier ikke blir noe vi bare bekymrer oss for annethvert år. Kommersiell og politisk påvirkning griper inn i hverandre, og vi utsettes for begge daglig i vårt digitale liv.

Motstandsdyktighet mot påvirkning og hybride trusler er også viktig for løpende og spesielt kritiske beslutningsprosesser av betydning for eksempel for samfunnssikkerhet. Vårt bidrag til å møte slike utfordringer i denne rapporten er fokusert på valget i 2019. Metoden vi har utviklet er ett steg videre også i forhold til å møte fremtiden på en bedre måte, men metoden må kalibreres og utvikles.

¹¹⁴ Zuboff S (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. Hachette: New York.

Vedlegg A Søkeordsliste: Syv tilnærminger

For å operasjonalisere de syv pre-definerte tilnærmingene for datainnsamling og analyse, ble det innledningsvis satt opp en søkeordsliste med tematiske ord for hver tilnærming. Det er til nå kun noen få innholdsanalyser av desinformasjon på sosiale medier og vi fant ingen på norsk. Selv om dette ikke kan være en statisk, standardisert liste på grunn av den svært dynamiske naturen til fenomenene vi undersøker, ville det ha vært nyttig å ha noen referanselister som utgangspunkt. Lister på engelsk er derimot ikke nødvendigvis overførbare til norsk eller den norske diskursen. Derfor kunne vi ikke bruke noen etablerte, validerte lister over søkeord og forsterkende ord som kan indikere desinformasjon (vedlegg B), men måtte sette sammen våre egne.

Proessen med søkeordslisten er delvis basert på en frittstående vurdering av aktuelle saker. Eksempelvis var to sentrale ord i oppkjøringen mot valget 'bompenger' og 'vindkraft'. Disse to søkeordene ble valgt som en operasjonalisering av tilnærming 1 "Øke polarisering og politisk konfliktnivå". Bompenger og vindkraft er sterkt omdiskuterte tema i norsk samfunnsdebatt med motstridende sider som potensielt en aktør med onde hensikter kan ønske å fyre opp under for å bidra til økt polarisering i samfunnet. Ved å samle inn data på disse temaene, kunne vi undersøke nærmere om dette var tilfellet i perioden før og under valget.

Denne listen ble oppdatert basert på en gjennomgang av StoryBoard, samt foreløpige analysefunn underveis. Oppdateringer av søkeordslisten underveis i prosjektet er inkludert i tabellen med begrunnelse og markert i blå skrift.

Tilnærming	Tema	Søkeord
(1) Øke polarisering og politisk konfliktnivå	Bompenger (samferdsel)	Bom*penges/stasjon/ring, FNB, neitilmerbompenger, folkeaksjon, aksjon, samferdsel, bompengeselskap, gule vester, bilister, bilhat, motstand, kamp, elite, MDG, MDG-Lan
	Innvandring	Migrasjon, innvandrere, muslimer, innvandrerbakgrunn, asyl*søknad/strøm, islam, flyktninger, etnisitet, kultur, terror, integrering, arbeidsinnvandring, folkevandring, majoritetsbefolkning, utskiftning, konspirasjon, eurabia
	Nye ord 02.09.2019	Moské, rasisme, rasist, nazisme, nazist, fascisme, fascist, Manshaus båtmigranter, snikislamisering, håndhilse/håndhilsning Begrunnelse Aktuell sak. Moskéskytingen i Bærum 10. August 2019. Saken eksploderte naturlig nok i media, også i antall delte saker (jf. StoryBoard) Aktuell sak etter Facebook-post av Sylvi Listhaug og påfølgende gjenintroduksjon av begrepet snikislamisering av Siv Jensen (begge saker har fått mye fokus i media og er mye delt på SoMe (jf. StoryBoard))
	Klima/miljø	Grønt skifte, klimagasser, fly, miljøvennlig, moral, drivstoff, Greta Thunberg, klimakrise, klimahysteri, klima*bløff/realister/realisme, *skam (e.g. flyskam)
	Vindkraft	Vindkraft, grønn energi, natur, naturvern, norsk reiseliv, dyreliv, biodiversitet, naturmangfold, arealbruk, skyggeasting, erosjon, vindmøller, vindturbiner, monstremøller, kraftselskap, kabler, EU, kolonialisering, utenlandsk kapital, subsidiering, grønne sertifikater, ørn, fugler, ornitologi*, ørnedrap, fugledrap, insekt*, støy, høyfrekvent, lavfrekvent, infralyd, helseskade, motstand, kamp

	Andre tema <i>Nye ord 02.09.2019</i>	Ulv, rovdyr	
		Politi, nærpolti	Begrunnelse Nærpolitireformen er en sak som har dukket opp i valgkampen
		Barnevern	Et mulig tema. Brukes som oftest mer rettet mot befolkningen i f.eks. Russland og Polen (om Norge og barnevern), men kan være et tema her også.
(2) Forsterke sentrum-periferi konflikt	Forholdet til Russland <i>Nye ord 02.09.2019</i>	Nabo, store nabo, nabofolk, samarbeid, broderfolk, grenseland, grensesamarbeid, Murmansk, Kola, Petsjenga, folk til folk, Nikel, bastionforsvar, stormaktsrettigheter, bakgård, Krim, Ukraina	
		Øvelse, russisk, militær, missil, Ocean Shield	Begrunnelse Aktuell sak: Russland holdt i starten av august en stor militærøvelse rett utenfor Norskekysten. Saken har skapt ulike reaksjoner
	Fylkes sammenslåing	Fylkessammenslåing, sentralisering, regionreform, tvangssammenslåing, Finnmark, Troms, Viken, Innlandet, Vestland, Agder, Vestfold, Telemark	
	Kommune-sammenslåing	Kommunesammenslåing, kommunereform, selvstyre, sjølstyre, småkommuner, nærhet, folkestyre	
	Distriktpolitikk generelt	Avfolking, utflytting, distriktsfiendtlig, sentralisering, bruke hele landet, flyplass Helgeland	
	Helsevesen, sykehuslokalisering	Bunadsgerilja, fødestuer, akuttberedskap	
(3) Påvirkning av tema og støtte til kandidater/partier som har forståelse for russiske interesser	Sanksjoner mot Russland	Russland, sanksjoner, industri, nordområdene, Svalbard, Kirkenes, havn, handel, avspenning, samarbeid	
	Alliert militært nærvær	Militære øvelser, Trident Juncture, amerikanske soldater, Værnes, Indre Troms, Setermoen, NATO	
	Etterretnings-virksomhet	Globus-radar, Frode Berg, spionasje, etterretning, E-tjenesten, Marjata, NSA, CIA, overvåkning, P-8, Orion, Andøya, GRU, FSB, øvelse, Nordflåten, marinefartøy, ubåt, kampfly, bombefly	
	Missilforsvar	Missilforsvar, Vardø, bombemål, amerikanere, rakett	
	Forholdet til USA/NATO	Trump, sikkerhetspolitikk, forsvaret, 2 prosent, BNP, Iran, Gulf*, oljetanker, tankskip, angrep,	
(4) Forsøk på å påvirke tilliten til valgprosessen, valgresultat, kandidater, partier, samt politiske system og norske myndigheter generelt	Valgfusk <i>Nye ord 01.11.2019</i>	Valgfusk, ansvar, avmakt, ytringsfrihet, manipulasjon, juks	
		Opptelling, skanning, stemmesedler, omtelling, valgadministrasjonssystem, EVA, e-valg, internettvalg, protokollering, møtebok, manuell opptelling, valgresultat, prognose, innsynsbegjæring	Begrunnelse Forslag fra oppdragsgiver på temaene politisk tillit og valgfusk
	Politisk tillit	Alliansen, formue, politikerlønn, dekkoperasjon, fake news, falske nyheter, folkevilje, lokaldemokrati, samfunnsdebatt, elite, avstand	
	Svertekampanjer <i>Nye ord 01.11.2019</i>	Landssvik	
		RT, Sputnik, russisk	Begrunnelse For å undersøke om sakene vi har funnet om Norge på disse nettsidene dukker opp i vårt datamateriale.

(5) Forsøk på å redusere valgdeltakelsen	Vilje til deltakelse	Protest
	Spredning av feilaktige opplysninger om hvordan praktisk delta i valget	Valgprosess, valgdeltakelse, stemming, stemmeseddel, valg, forhåndsvalg, stemmested, deltakelse, legitimasjon, manntall
(6) Spredning av kompromitterende opplysninger som er oppkonstruerte eller tilkommet på illegitimt vis		Avlytting, e-mail, e-post, telefonsamtale, svertekampanje, drittpakke, kompromat, utpressing
Søkeord generelt for valget		valg2019, kommunevalget, valg, kommune, valget, kommunestyrevalg, nrkvalg, regjeringen, frp, høyre, venstre, krf, sp, ap, mdg, sv, rødt
Andre tilnærminger	Lagt til 02.09.2019	Memer, memes Begrunnelse Et kjennetegn på feilinformasjon/falske nyheter er bruk av propagandaplakater. Ved å legge til memer/memes som søkeord, kan vi "plukke opp" eventuelle kommentarer til slike bilder/plakater dersom noen omtaler disse
	Lagt til 01.11.2019	"Du er en bot", "Dette er bare propaganda", "Dette er fake news", "Er dette fake news", "Dette er falske nyheter", "Er dette falske nyheter" Ord og fraser for å undersøke reaksjoner blant brukere på hva de oppfatter som falske nyheter/desinformasjon

Vedlegg B Nøkkelordliste: Faktorer som gjør desinformasjon tiltrekkende

Studier av spredning av desinformasjon fremhever faktorer som gjør desinformasjon tiltrekkende og minneverdige, og dermed bidrar til raskere og bredere spredning over Internett enn sann informasjon.¹¹⁵ For eksempel er trusselrelatert informasjon et sentralt tema for mange rykter, hvor forskning indikerer at slik informasjon blir videresendt og etterspurt oftere enn sammenlignbar informasjon som ikke er trusselrelatert.¹¹⁶

For å undersøke mulig spredning av desinformasjon i undersøkelsesperioden har vi basert på eksisterende forskning, gjennomgått 164 saker fra Faktisk.no som har blitt faktasjekket som "faktisk helt feil".¹¹⁷ Disse sakene ble manuelt kodet etter følgende kategorier: trusselrelatert, sex-relatert, vekker avsky, kontraintuitivt, unaturlig og sladder/kjendiser. Basert på denne kodingen hentet vi ut nøkkelord som ble brukt i de ulike artiklene og Facebook-innleggene for å operasjonalisere faktorene og muliggjøre maskinelt søk i datamaterialet. Det var ingen saker fra Faktisk.no som tydelig kunne kategoriseres som "kontraintuitivt" eller "unaturlig". I tillegg ble det gjennomgått saker med feilinformasjon identifisert av EU vs. Disinfo, med nøkkelordene "security threat", "sexual assault" og "sexual harassment". Følgende tabell viser listen med nøkkelord som vi har gjort søk etter i innsamlet rådata.

Faktorer	Eksempler på saker	Termer/begreper
Inneholder trusler	3. verdenskrig er rett rundt hjørnet	Advar, advarsel, avsløres, bedrag, blodbad, destruktiv, drap, dreper, dødelig, dødsulykke, epidemi, farlig, forfølge, frykt, fryktede, giftig, giftigste, grusom, helserisiko, helvete på jord, hersketeknikk, invadert, islamisering, kaos, kastes ut, kneble debatt, konflikter, kreft, krig, livsfarlig, livstruende, løgn, mishandlet, mordere, narkotiske stoffer, ond, plantegifter, provokasjon, ran, ransgjeng, risiko, sikkerhetstrussel, skade, skadelig, skader, skandale, skandaløst, skremmende, skremmende resultater, steril, svekket, svindel, syk, sykdomsutbrudd, terrorister, true, tvangsvaksinering, umenneskelig lidelse, virus, vold, voldsfanatikere, voldtaktsmenn, ytringsfrihet, ødelegge Norge
Spiller på sex	Sverige skal lære immigranter å ha sex med svenske kvinner	Homoseksualitet, kjønns-, pedofili, seksuell, seksuell legning, seksuell trakassering, sex, voldtatt, voldtakt, voldtaktsmenn
Vekker avsky	At europeiske land skal legalisere nekrofil og bestialisme	Asyljuks, avsky, avskyelig, barnemishandlere, bedrag, bedrageri, bestialsk, diktatur, fake news, juks, klimaskremmere, kriminelt, lemlesting, likvidert, løgn, manipulert, nekrofil, overgrep, plyndring, shady, skandale, skattebetalere, slavebinding, spekulant, steining, tortur, tuklet
Kontraintuitivt	Romvesen og sataniske ritualer forårsaket brannen i Notre-Dame	<i>Ingen av sakene fra Faktisk.no falt inn under denne kategorien.</i>
Unaturlig	USA sår genmodifiserte avlinger i Ukraina for å skape sult	<i>Ingen av sakene fra Faktisk.no falt inn under denne kategorien.</i>
Sladder & kjendiser	Høytstående politikere i baltiske land er implisert i pedofili Kjendiser brukt i svindel-saker	Bitcoin, tjene penger, investering, belønner, gratis

¹¹⁵ Acerbi A (2019). Cognitive attraction and online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(15), s. 1-7; Vosoughi S, Roy D & Aral S (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), s. 1146-1151.

¹¹⁶ Blaine T & Boyer P (2018). Origins of sinister rumors: A preference for threat-related material in the supply and demand of information. *Evolution and Human Behavior*, 39(1), s. 67-75.

¹¹⁷ Faktisk.no (2019). Faktisk helt feil. Hentet fra: <https://www.faktisk.no/?rating=5>

Vedlegg C Metodisk tilnærming

Utvalg av digitale plattformer

Sosiale medier

Facebook er den mest populære sosiale nettverkstjenesten i Norge og blir brukt av 83 prosent av den norske befolkningen.¹¹⁸ Informasjonspåvirkning, inkludert spredning av desinformasjon, kan skje ved innlegg på Facebook-sider og ved bruk av falske kontoer og sosiale bots i kommentarfeltene¹¹⁹, men også gjennom algoritmene som styrer informasjonsstrømmen til den enkelte bruker. Fra Facebook har vi inkludert åpne sider til politiske partier, politikere, samt kommuner og fylkeskommuner, med fokus på kommentarfeltene.

Twitter er en sentral plattform når det gjelder spredning av desinformasjon til et bredere publikum, også til folk som ikke bruker sosiale medier. Selv om Twitter i hovedsak blir brukt av en minoritet av den norske befolkningen (29 %),¹²⁰ kan plattformen være innflytelsesrik i den offentlige diskursen siden den i stor grad benyttes av politikere og journalister.¹²¹ På grunn av dette kan desinformasjon, spesielt ved hjelp av sosiale bots,¹²² finne vei inn i den politiske diskursen og mediedekningen og dermed nå bredere deler av befolkningen. På grunn av datafangstkapasitet ble det gjort et utvalg med den tematiske søkeordslisten (se vedlegg A) som søkeparameter som en del av oppsettet for datafangst.

Tradisjonelle medier

De tradisjonelle mediene er fortsatt viktige nyhetskilder i Norge.¹²³ Selv om journalister utfører kvalitetskontroll av det de publiserer, kan desinformasjon finne veien inn i tradisjonelle medier. Desinformasjon er da enda mer innflytelsesrik fordi den når store deler av befolkningen utover brukere av sosiale medier, og fordi lesere i stor grad stoler på tradisjonelle medier. Det kan også redusere tilliten til mediene.¹²⁴ For å undersøke mulig informasjonspåvirkning i tradisjonelle medier, inkluderte vi de største riksdekkende norske mediene på nett og mobil. I 2018 var dette, ifølge Medienorge, NRK, VG, Dagbladet, Aftenposten, Nettavisen og E24.¹²⁵ Fordi Dagbladet og Nettavisen ikke lenger har kommentarfelt ble de ikke inkludert i utvalget for dette prosjektet.

Alternative medier

Alternative medier skiller seg ut fra tradisjonelle medier blant annet med en annen form, et annet innhold, og annen praksis for kildebruk. Alternative medier er også ofte drevet av folk uten erfaring fra journalistikken. Mens den etablerte dagspressen har offentlige eller kommersielle interesser, drives alternative medier gjerne på idealistisk basis med et tydelig redaksjonelt ståsted. Videre er de i mange tilfeller drevet frem av kampanjejournalistikk med en bestemt politisk og ofte opposisjonell synsmåte, som ofte er ekskludert fra det etablerte.¹²⁶ Mange alternative medier er veldig aktiv på sosiale medier og er rettet mot de som ikke stoler på

¹¹⁸ Ipsos (ibid).

¹¹⁹ Woolley SC (2016). Social bot interference in global politics. *First Monday*, 21(4).

¹²⁰ Ipsos (ibid).

¹²¹ Ausserhofer J & Maireder A (2013). National politics on Twitter. Structures and topics of a networked public sphere. *Information, Communication & Society* 16, s. 291-314.

¹²² Ferrara E, Varol O, Davis C, Menczer F & Flammini A (2016). The Rise of Social Bots. *Communications of the ACM*, 59(7), s. 96-104; Shao C, Ciampaglia GL, Varol O, Yang KC, Flammini A & Menczer F (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9, Article number 4787.

¹²³ Moe H & Sariaakassen H (ibid);

¹²⁴ Ireton C & Posetti J (2018). Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Paris: UNESCO; Tucker JA, Guess A, Barberá P, Vaccari C, Siegel A, Sanovich S, Stukal D & Nyhan B (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. *Report*. Menlo Park: William & Flora Hewlett Foundation.

¹²⁵ Se <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/253> for aviser og <http://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/tv/219> for fjernsyn.

¹²⁶ Brandtzæg P B (2018, 28.03). Alternative medier i vekst, Debattinnlegg i *Dagbladet*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/alternative-medier-i-vekst/69652920>

tradisjonelle medier.¹²⁷ Med fremveksten av Internett og sosiale medier er det ikke lenger de etablerte mediene som alene definerer nyhetsbildet da alternative medier når nye lesere og grupper med sviktende tillit til tradisjonelle medier. Der hvor etablerte medier går til eksperter for å få fakta, går de alternative ofte til andre kilder.¹²⁸ I en dragkamp om sannheten i konteksten av synkende tillit til etablerte medier, kan dette være sårbart for spredning av desinformasjon og andre forsøk på informasjonspåvirkning. Fordi det er et avgrensingsbehov med hensyn til prosjektets rammer, måtte vi også her gjøre et utvalg. Vi har valgt å undersøke voksende norske alternative medier med saker som når ut til et stort leserantall. For dette utvalget har vi benyttet oss av StoryBoard og identifisert de tre alternative mediene som ofte er å se blant de 10 mest delte på sosiale medier. Vi har undersøkt følgende alternative medier i Norge: Human Right Service (HRS), Resett og Document.no. Samtidig var prosjektet åpent for å inkludere andre alternative medier underveis dersom det skulle vise seg at andre medier enn utvalget viste seg å være fremtredende i debatten i undersøkelsesperioden. Ut ifra StoryBoard har det ikke vært andre alternative medier enn de tre ovennevnte mediene som har vært mye delt i sosial media.

Datafangst

Prosjektet har høstet relevante nyhetssaker, politiske oppslag og debatter (kommentarfelt) fra de utvalgte plattformene, og i minst mulig grad filtrert data i høsteprosessen. For selve datafangsten har vi anvendt den kommersielle programvaren OctoParse¹²⁹ for å høste data fra Facebook gjennom en oppkobling til Facebooks åpne API. I tillegg har vi utviklet en egen webscraper i Python basert på open-source biblioteker fra de øvrige utvalgte datakildene som bruker Disqus (f.eks. document.no og resett.no) og Schibsted (f.eks. VG og Aftenposten) som løsninger for sine kommentarfelt. For Twitter ble det lagt vekt på sanntidsanalyse av trender og emneord, og disse ble analysert fra perspektivet at det brukes som en spredningskanal for innhold som har utspring i andre plattformer som for eksempel Facebook og generelle nettsteder.

Vi skilte nettsted-datakildene i to ulike typer for å muliggjøre ulike innganger til analysen av dem: (i) generelle nettsteder (GNS) og (ii) politiske nettsteder (PNS). Disse tilsvarer henholdsvis *tradisjonelle* og *alternative* medier som nevnt ovenfor. Denne distinksjonen ble gjort fordi den avspeiler at PNS typisk vil søke oppmerksomhet i sosiale medier på en annen måte enn GNS. Politiske nettsteder har en annen tilnærming til hvordan man tilordner seg oppmerksomhet mot sitt stoff (via høyere aktivitet i kommentarfelt og videre lenking i øvrige sosiale medier) og de har en langt større grad av brukergenerert innhold. Samtidig ser man at for begge disse punktene er det en helt annen redaksjonell kontroll enn det man vil se i generelle nettsteder. Disse momentene gjør at vi måtte ha en annen tilnærming til datainnsamling og analyse fra PNS enn fra GNS. For PNS ble nettstedenes struktur benyttet i datafangsten ved deteksjon av emneknagger og mulige mønstre/struktur i innlegg og kommentarfelt. GNS ble lastet ned ("crawled"/ "scraped") og analysert basert på søkeord og mønsterbasert deteksjon av emne og lenking til andre kilder.

Strukturering av datafangst og analyse

Som vist i figur 15 under ble datafangsten organisert i to etapper, der den første (vertikale) etappen handlet om å høste data fra de utvalgte plattformene. Innhentingsprosessen (crawling¹³⁰) adresserte kun de nettstedene som var identifisert på forhånd. Både scraping¹³¹ og parsing¹³² er kompliserte prosesser som må

¹²⁷ Bennett & Livingstone (ibid.)

¹²⁸ Brandtzæg (ibid.)

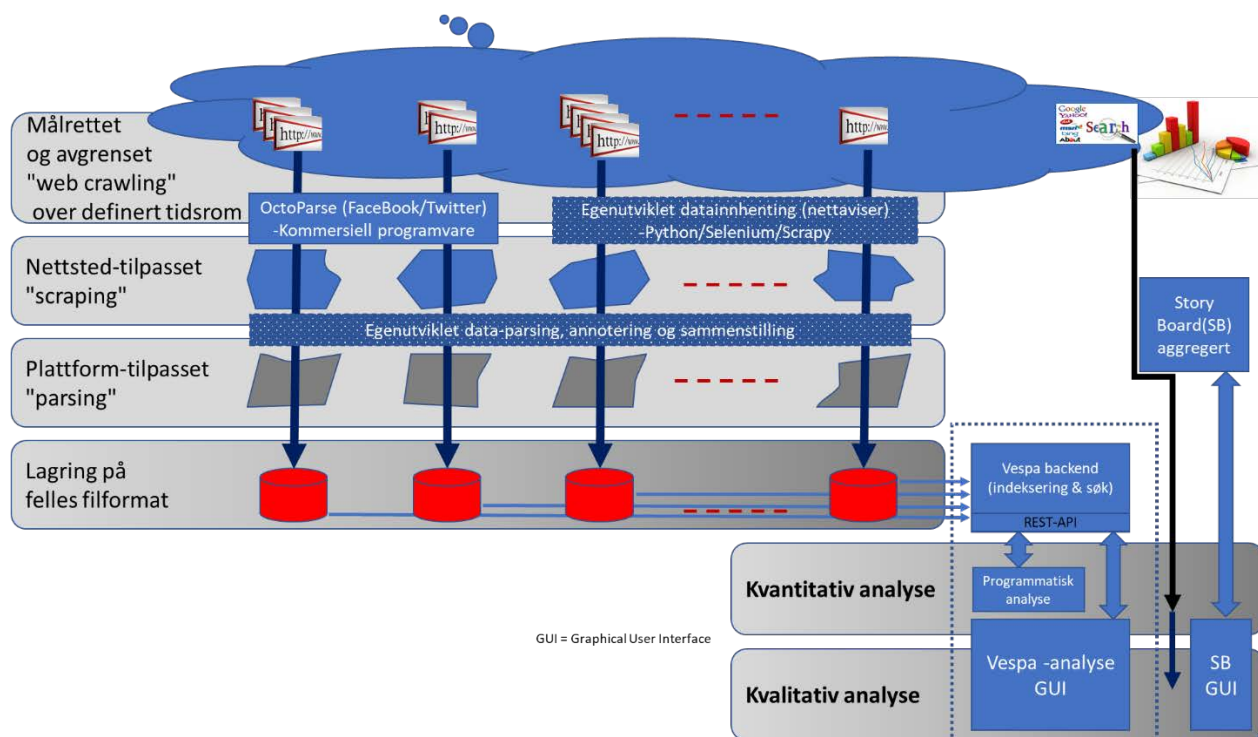
¹²⁹ Se <https://www.octoparse.com/>

¹³⁰ Forskjellen mellom "crawling" og "scraping" er egentlig marginal. Her brukes "crawling" som eget begrep for å synliggjøre at vår posisjonering for datainnhenting ("scraping") er målrettet og begrenset

¹³¹ Teknisk datauttrekk som omfatter å følge ustrukturerte lenker til andre plattformer, nettsteder o.l. i mange ledd

¹³² Den syntaktiske analysen som gjør det mulig å strukturere og nyttiggjøre seg datainnholdet som "skrapes ut"

spesialtilpasses for ulike nettsteder og teknologiplatformer,¹³³ og er dermed svært ressurskrevende. Hver av de vertikale prosessene i den første etappen kulminerer i en separat "back-end" database¹³⁴ i kompatible format.



Figur 15: Strukturert datafangst for kvantitativ og kvalitativ analyse

I den andre etappen ble Vespa anvendt for å indeksere på tvers av de vertikalt genererte databasene, noe som muliggjorde både tverrgående analyse, eksempelvis for å lete etter korrelasjoner mellom de ulike mediene, og utvidet indeksering hvis andre søkeord viser seg aktuelle og relevante. Parallelt ble det også innhentet generelle opplysninger, referanser,¹³⁵ og søk fra Internett, i tillegg analyser levert av StoryBoard, som igjen ble aggregert og tilgjengeliggjort for mer avanserte søk gjennom et eget brukergrensesnitt (GUI).

Vespa er optimalisert for maskinlæring og har svært gode muligheter for fortløpende justering med hensyn til funn og trender i datamaterialet, noe som kan benyttes til både kvantitativ og kvalitativ analyse. Fordelen med å bruke Vespa er at dette er en norskutviklet åpen kildekode som skalerer godt og støtter mange formater, og den har fleksible søke- og matching-mekanismer med støtte for maskinlæring. I tillegg kan Vespa indeksere og søke i sanntid samtidig. Den kvantitative analysen er på dette stadiet basert på konfigurasjon av kjente Vespa-funksjoner og teknisk oppsett av en søkemotor koblet mot et grafisk brukergrensesnitt.

I et oppfølgingsperspektiv kan den Vespa-indekserte databasen ha en unik verdi for fremtidig maskinlæring,¹³⁶ blant annet med tanke på at den representerer et norskspråklig datamateriale av en valgprosess (i motsetning til engelspråklig). Den kan for eksempel benyttes til å utvide søkeordslister via ordfrekvenser.

Dette oppsettet danner grunnlag for kvantitative og kvalitative analyser som hver for seg kan avspeile en bestemt del av datamaterialet, for eksempel kommentarfelt for Facebook-sidene til politiske partier, eller

¹³³ Fra for eksempel Disqus og Facebook comments plugin

¹³⁴ Disse er tegnet i rødt for å signalisere at dette tilsvarer det som er benevnt som "rådata" i NSD-godkjenningen av prosjektet, og som er underlagt spesielle restriksjoner i form av tilgang kun fra datateknisk personale

¹³⁵ For eksempel om kjente bots eller tvilsomme nettsteder.

¹³⁶ Et eventuelt slikt prosjekt må imidlertid ha en separat godkjenningsprosess som også involverer Datatilsynet.

kommentarer til poster på alternative medier. I tillegg muliggjør Vespa indeksering og sanntidsanalyse på tvers av hele datamaterialet, noe som tilfører en ny dimensjon for både kvantitativ og kvalitativ analyse.

Både crawling og indeksering baserte seg på søkeordslister som beskrevet i vedlegg A og vedlegg B. Vespa indekserte dette slik at det ble praktisk å hente ut og sammenstille data ved hjelp av spørringer. I tillegg kan sanntidsanalyser belyse trender som utviklet seg fortere i plattformer, slik som i Twitter.

Deteksjon av emojis (som er spesielt relevant for Tweets, Facebook) ble implementert som en egenskapsannotering¹³⁷ i Python for preprosessering av data. Utgangspunktet for kvantitativ analyse er altså ordlistematching fra søkeordsliste (vedlegg A) og forsterkende ord (vedlegg B), samt andre tekstlige attributter kjørt mot rådata for å få en oversikt over de mest omtalte sakene basert på de syv aktuelle tilnærmingene beskrevet i kapittel 3.

Søkemotoren ble konfigurert for å støtte ønsket søke- og analysefunksjonalitet, fra basis tekstsøk til analyse av frekvens og lenking via emneknagger og politiske nøkkelord. Oppsettet tilpasses for å støtte den kvalitative analysen så langt dette er mulig innenfor Vespas funksjonelle rammer. Data som grunnlag for analyse ble hentet fra Vespa via en veldokumentert REST API,¹³⁸ slik at vi både kan lage grafiske brukergrensesnitt for å søke og sammenstille data, samt lage applikasjoner som programmatisk kjører analysejobber aktivert enten periodisk eller via sanntidsanalyse av mediestrømmer (eksempelvis Twitter).¹³⁹

Mulighetene i dette oppsettet er altså større enn det som var mulig å utnytte innen prosjektets tids- og ressursmessige rammer. Samtidig er det utviklet et verktøy og en plattform som relativt enkelt kan tas i bruk på nye datasett.

¹³⁷ Klassifisering og merking som øker gjenbruksverdien i senere søk.

¹³⁸ Se <https://docs.vespa.ai/documentation/api.html>

¹³⁹ https://en.wikipedia.org/wiki/Representational_state_transfer

Vedlegg D Nettsteder assosiert med useriøst innhold

Filter Nyheter anser følgende som lite troverdig:¹⁴⁰

- Aftenstidende.com
- Alternativ-Media.com
- Norgesavisen.no
- Ordeterminn.com
- Ektenyheter.no
- Dinavis.no
- 247avisen.com

Ekstra tilleggforslag basert på analyser blant annet gjennomført av Brandtzæg:¹⁴¹

- Lykten.no
- politiskukorrekt.org
- Politisk ukorrekt
- Politisk Ukorrekt Nyheder (dansk falskt nettsted)
- Politisk inkorrekt Nyheter (svensk falskt nettsted)
- Derimot.no
- Riksavisen.no
- <https://sosialnytt.com/>
- <https://eavisa.com/>

Identifiserte falske nettsteder:¹⁴²

- Aftenstidende.com
- 247avisen.com
- News Punch
- Newsner (mest underholdning)
- DagensBeste
- FrieOrd
- Rapport-X
- Norgesavisen
- Bloggomtoppbloggere.com
- Ymte.no

Norske løgnfabrikker hentet fra Wikipedia:¹⁴³

- Dagmagasinet.com
- Nyhetsbildet.com
- Viralstarz.com
- Toppmag.com
- Renekleveland.blogg.no
- Norskaturinformatikk.com
- Creepysaker.no
- Ukensnytt.com
- Kundeservice
- Rebix
- Viralshare

¹⁴⁰ <https://filternyheter.no/dette-er-de-ni-norske-nettstedene-du-bor-vaere-pa-vakt-mot/>

¹⁴¹ Brandtzæg, P.B. (2017, 11.08). Radikaliseres Norges befolkning på Facebook? Debattinnlegg i *Dagbladet*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/kultur/radikaliseres-norges-befolkning-pa-facebook/68583360>

¹⁴² <https://hanspetter.info/svarteliste/>, vær oppmerksom på at listen er noe gammel

¹⁴³ <https://no.wikipedia.org/wiki/L%C3%B8gnfabrikk>

Vedlegg E Saker om Norge fra RT.com og Sputniknews.com

Juli 2019

RT hadde en sak om NRKs jødesvin-satire.

Sputniknews hadde følgende saker:

- Lederen for Uavhengighetspartiet som ble sperret fra Facebook
- NRK Satiriks og jødesvinsaken
- Muslimer i Stavanger som ville fjerne platen med Muhammed Yunus navn
- Ideologien bak Behring Breiviks terror blir pensum på skolen
- Innvandringskritiske stemmer holdes ute fra offentlig debatt
- Dødsstraff for «blodtørstige monstre» som myrdet turistene i Marokko
- Facebook sensur av post om Tommy Robinson
- E-tjenesten deler informasjon med USA før de deler med norske myndigheter
- Norsk stortingsrepresentant ber om asyl for Tommy Robinson
- Undersøkelse viser at norsk presse er venstreorientert

August 2019

RT hadde to saker om flyktningeskip i Middelhavet og to saker om moskeskyting.

Sputniknews hadde en sak om kronprinsen og hilsenekt og fem saker om moskeskytingen

1. – 10. september 2019

RT hadde en sak om at elbilmirakelet er en bløff.

Sputniknews hadde seks saker i løpet av ti dager:

- Velgerne gir fingeren til The Establishment
- Mystisk sykdom dreper hunder
- Innvandrerbarn er mer kriminelle enn foreldrene
- Eritreiske flyktninger fester med regimet
- Statsministeren benekter islamisering av Norge
- Eksplosiv vekst i lus

11. september – 10. oktober 2019

RT hadde en sak om at Norge stopper våpeneksport til Tyrkia.

Sputniknews hadde 13 saker:

- Liten risiko ved å ta hjem IS-kvinner
- Norge sier nei til NATOs missilforsvar
- Norsk TV-kanal blokkerer video etter 350 millioner seere i India og Pakistan
- To saker om omfattende uttak fra oljefondet
- Fire saker om påstand om russiske spesialstyrker på Svalbard
- Forsker mener søknad til sikkerhetsrådet er dårlig ide
- Norge ideell som utskytingsbase for US, NATO missiler
- USA presser Norge til å øke forsvarsbudsjettet som nabo til Russland
- Professor gir ut bok om feministisk islam

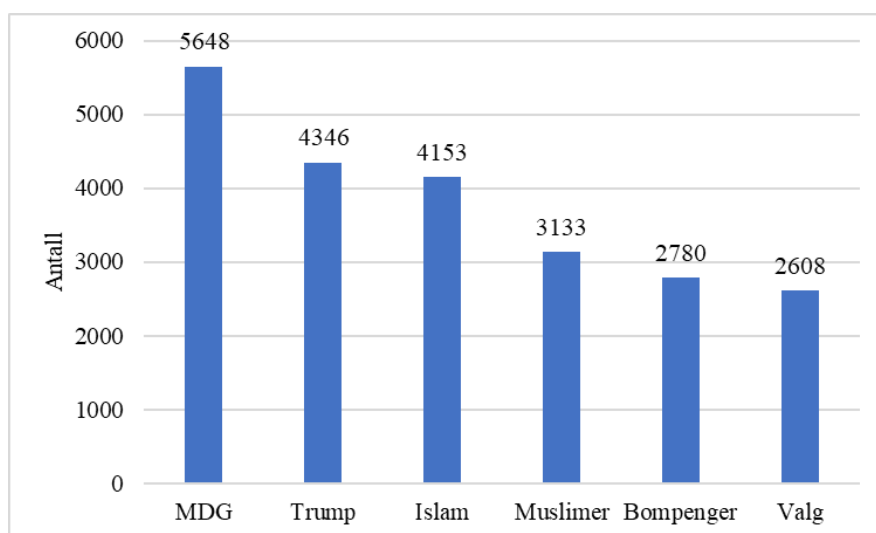
Vedlegg F Kvalitativ analyse av et lite utvalg basert på kvantitativ filtrering

Reduksjonen i antall poster som grunnlag for kvalitativ analyse ble utført på følgende måte:

- En innledende siling basert på temaordene med flest treff
- En videre siling basert på nøkkelordene med flest treff
- En kvalitativ vurdering av et begrenset antall kommentarer som framkommer av silingen, ytterligere begrenset til de media/plattformer som har flest treff, og en prioritering av de kommentarene som har registrert flest "likes" i vårt datamateriale
- Når forholdene tilsier det, en stikkprøve i kildematerialet i form av en vurdering av kommentarene til en gitt artikkel/sak hos en av kildene, for å se om dette samsvarer med punkt c), og/eller
- En vurdering av de mest fremtredende aktørene som inngår i materialet

En slik fremgangsmåte alene innebærer en betydelig risiko med hensyn til blant annet representativitet. Den anvendes kun ut fra formålet beskrevet over, og funnene vil bli holdt opp mot andre funn fra de øvrige kvantitative og kvalitative analysene.

De tematiske søkeordene med høyest frekvens fra rundt ca. 110.000 innlegg er vist i figur 16.



Figur 16 Treff på tematiske søkeord

Den filtrerte analysen er utført i tre uavhengige spor, basert på av søkeordene 1) MDG, 2) Trump og 3) Islam+Muslimer.

For søkeordet MDG blir de viktigste nøkkelordene gratis, skremmende og farlig. Dette gir 99 treff på domeneene resett.no (41), document.no (23), vg.no (19) og Kommentarer fra Facebook-sidene til de politiske partiene (16). At antallet "likes" på disse varierer mellom 2 og 822, at alle postene med antall "likes" over 66 er fra politiske grupper på Facebook, selv om antall treff på nøkkelordene domineres av de andre domeneene.

Basert på en kvalitativ vurdering av innholdet i treffene med mer enn fem "likes" i dette utvalget, kan følgende beskrivelse trekkes ut på tvers av de fire domeneene:

Kritikk mot MDG fremmes på deres egne Facebook-sider og handler om påstander om sløseri, særinteresser, uhemmet bruk av andres penger, mangel på kunnskap om f.eks. batterier og utslipp, at man ikke skjønner folks egentlige transportbehov, og at man ikke verdsetter den betydningen oljen har hatt for Norge fra 1970-tallet. Videre karakteriseres MDG gjennom begreper som umodenhet og det å "tro på julenissen", ekstremisme, eller som en hippiebevegelse som vil legalisere narkotika. Representanter for

MDG svarer på de fleste av disse kommentarene på en saksorientert måte, og mottar også positive kommentarer, og forslag om for eksempel gratistilbud i stedet.

På andre partiers Facebook-sider omtales imidlertid MDGs økonomiforståelse som skremmende i seg selv. Realismen i løsninger med tanke på økonomiske bærekraft etterspørres også. Det hevdes at MDG har en skremmende/naiv økonomisk forståelse, men også at "alt handler om penger", og egentlig ikke om miljø. Oppslutningen om MDG karakteriseres som skremmende, MDG karakteriseres som miljøfascistisk. Samtidig sier FpU at de eneste som har grunn til å være skuffet over dette er de som trodde på FrP og stemte deretter, men de andre partiene har fått det som de ønsker.

På øvrige medier er tonen annerledes. Enkeltaktører i MDG blir forsøkt diskreditert gjennom å være i familie med tidligere aktører ytterst på venstresiden, samtidig som realismen i nye næringer med tanke på økonomiske bærekraft faktisk diskuteres. De øvrige partiene omtales som uærlige om hva de vil og hva de er, det siste med henvisning til diverse gamle saker om partiledere. De andre partiene er derfor "uten rygggrad", glatte og farlige, mens MDG ikke bare seiler under falskt flagg og egentlig tjener de rike, men også bygger sin politikk på en usikker og omstridt påstand om klimaet. For noen er det virkelig skremmende at de øvrige partiene i det hele tatt vil samarbeide med MDG, bare for å få makt. Det hevdes at slikt engasjement som MDG viser er basert på hjernevask som kan være farlig for samfunnsutviklingen, at MDG er "gjerne" ("Hitlerjugend er perfekt sammenligning"), og mediernes unnskyldighet skyldes venstreorienterte journalister. Det spørres om hvem som tjener på dette, og "(afrikanske) analfabeter på trygd" mer enn antydes som en mulighet.

Retorisk sett spilles det dermed på tiltrekkingsfaktorer som avsky, underliggende trusler og avvik fra naturlighet. Det fremmes sensasjonelle påstander og krass retorikk som følger og forsterker allerede etablerte anlegg til polarisering i det norske samfunnet, og det er derfor potensielt fruktbart mark for forsøk på å forsterke polariseringen. Mens partene til en viss grad møtes for å utveksle synspunkter gjennom Facebook-sidene, er det kritikken som dominerer på de andre mediene. Selv om landskapet er polarisert, er det imidlertid ingen spesielle tegn på verken mistenkelige aktører, teknikker for informasjonspåvirkning, desinformasjon, innhold, språkføring eller ordbruk som gir grunn for mistanke om utenlandsk påvirkning.

Ved å spisse utvalget ytterligere gjennom å utvide søket med søkeordet "klima" som er et potensielt polariserende særlig i en MDG-fokusert kontekst, får vi 14 treff med antall likes fra 0 - 96.

En kvalitativ vurdering av de 3 treffene med 11, 15 og 96 likes medfører følgende beskrivelse:

Den med desidert mest likes er en Facebook-omtale av en MDG-politiker som går inn for å beholde rushtidsavgift og innføre gratis buss for alle i et definert geografisk område. Motstemmene (på document.no) omtaler MDG som klimafanatikere og viser til at Norge er liten del av helhetsbildet. Det betegnes som både komisk og skremmende at man tenker å legge en liten by øde for noe som har null effekt i global sammenheng. Nok en gang ser vi at det omtales som skremmende at de tradisjonelle partiene, samt bonpengepartiet, vil samarbeide med MDG "for å få makt". En av debattantene identifiserer seg dessuten i en annen post med "klimarealister som blir tiet i hjel".

Argumentasjonen understreker også her den allerede polariserte debatten. Retorikken er noe hard, forutsetningene for påvirkning er til stede, men det er ingen spesielle tegn på verken mistenkelige aktører, teknikker for informasjonspåvirkning, desinformasjon, innhold, språkføring eller ordbruk som gir grunn for mistanke om utenlandsk påvirkning for økt polarisering.

Ved å spisse på "sammenslåing av fylker, kommuner" får vi treff på en enkeltpost fra en bruker med utenlandskklingende navn som avleverer en tirade mot naturødeleggelse i tillegg til tema nevnt ovenfor, men på dårlig norsk. Men dette er altså en enkeltkommentar (på resett.no) med 1 "like", og vurderes derfor ikke som et systematisk forsøk på å fyre opp under sentrum-periferi-motsetninger.

Innen dette utvalget er det ingen indikasjoner på bruk av andre påvirkningstilnærminger enn polarisering og sentrum-periferi.

Isolert sett er det risikabelt og nesten meningsløst å karakterisere innholdet av over 5000 treff på basis av et så lite utvalg. Med tanke på metode er det imidlertid verdt å notere at resultatet fra utdraget harmonerer bra med resultatet fra de kvalitative analysene av hver enkelt plattform, blant annet med hensyn til de uttrykte skepsisen til andre partiers samarbeid med MDG, og at uenighet møtes med stempling og utelukkelse. Med tanke på målsettingen om å identifisere påvirkningsaktivitet har filtreringen faktisk ført oss fram til en aktør med dårlig norsk (uten at dette var del av selve filtreringen) og som oppfyller andre vilkår for interesse, dog uten at det kan konkluderes med at denne aktøren er eksponent for utenlandsk påvirkning.

For søkeordet "Trump" blir de viktigste nøkkelordene juks, fake news, farlig og skremmende. Dette gir 115 treff på domenene resett.no (81), document.no (22) og vg.no (12).

Antallet "likes" på disse varierer mellom 2 og 150. Basert på en kvalitativ vurdering av innholdet i treffene med mer enn fem "likes" i dette utvalget, kan følgende beskrivelse trekkes ut på tvers av de tre domenene:

Den mest likte kommentaren handler om storpolitikken utenfor Norges grenser, med et standpunkt om at Trump står opp mot en fascisme som representeres ved at regjeringer og store selskaper "blir ett" (korporatisme). I diskusjoner om USAs vilje til å forsvare Norge eller Finnmark, fremholdes at Norge ikke forstår implikasjonene av endringer på globalt nivå mellom USA, Europa, Russland og Kina, at det er skremmende at en borgerlig regjering setter sitt hat mot Trump foran Norges sikkerhet, at regjeringen prioriterer EU og FN ut fra personlige motiv, og at dette kan sammenlignes med 9. april 1940.

NTB beskyldes for å drive propaganda og ukritisk å formidle partisk informasjon fra CNN. NRK og Kringkastingsrådet, humorprogrammer inkludert, tillegges en agenda. NRK Folkeopplysningens forsøk på Lillestrøm beskrives som et mislykket forsøk på å bruke Sp som case for å "bevise" at resultatet fra USA-valget ble manipulert gjennom å kjøre samme kampanje som Russland beskyldes for å ha gjort, og slik sett forme virkelighetsbildet til elevene. Den formidlede forestillingen om "innvandrere" hevdes å være synonymt med "kvinne med hijab". Globalismen står mot Norges interesser.

Det finnes motstemmer og diskusjoner i dette materialet, men diskusjonene handler gjerne om hvem som er mest hjernevasket og uvitende.

De forsterkende ordene som kan indikere desinformasjon (vedlegg B) som følger av datamaterialet, er i seg selv sterkt knyttet til retoriske virkemidler som trusselbilder, avskyelighet samt kontraintuitive og påstått unaturlige sammenhenger. Det er derfor ikke overraskende at kommentarene preges av en slik retorikk, og av en mistankens hermeneutikk der det meste egentlig handler om noe helt annet enn det det foregir. Selv om den dominerende delen av kommentarene bærer preg av gjensidig bekreftelse, finnes det også motstemmer.

I dette materialet er det en del aktører som skiller seg ut.

En av ivrigste kommentatorene har til sammen 37 treff uavhengig av søkeord, det meste konsentrert til document.no, og noe på resett.no. Eksempler på tematikker er koblingen mellom personlig hat mot Trump og neglisjering av Norges forsvarsevne blant norske politikere, oppmerksomhet rundt kjente høyre-radikale, "snikislamisering", identitetspolitikk, kritikk av den politiske venstresiden ("marxister"), kritikk av NTB og "MSM-journalister", positiv omtale av Trump, kritikk av at barn brukes som skjold for klimaaktivister, og redningsoperasjoner i Middelhavet. Dette er en anonym kommentator med mellom 1000-2000 kommentarer, men ingen følgere, og vedkommende følger heller ingen annen i henhold til Disqus.

En annen kommentator har 13 treff i hele materialet, mest på resett.no, og en del på document.no. Kritikk av NTB, alternative historier om falske anklager opp mot aktuelle saker, stikk til klimasaken og klimaforkjempere og mediedekningen av dette, samt bruk av norsk kapital i utlandet er eksempel på synspunkter som fremmes.

Dette er en anonym kommentator med mellom 1000-2000 kommentarer, med én følger, og som følger én annen i henhold til Disqus.

En tredje kommentator har over 50 treff kun på resett.no, og er involvert i retoriske brytekamper med meningsmotstandere med til dels sterke karakteristikk, støtter Trump, fremmer islamkritikk både "ute og hjemme", levner navngitte sentrale politikere liten ære med blant annet nedsettende eller seksualiserte kommentarer, og gir media skyld for at befolkningen er uinformert både i Norge og USA. Dette er en anonym kommentator med over 2000 kommentarer, men ingen følgere, og følger heller ingen andre i henhold til Disqus.

En fjerde kommentator har over 200 treff hovedsakelig på resett.no, men også på document.no. Av de med mest "likes" fremgår at denne kommentatoren er opptatt av å kritisere aktører på venstresiden og sentrumpartier, blant annet Abid Raja, innvandring, pengebruk, kritikk av NTB, NRK, TV2 og hjelpeorganisasjoner, nyhetssaker som involverer islam og muslimer, promotering av Norge mot internasjonale organisasjoner, politiets manglende evne, regjeringens manglende prioritering av nordmenns sikkerhet, klimasaken, samt den katolske kirke. Dette er også en anonym kommentator med over 5000 kommentarer, ingen følgere, og som følger én annen i henhold til Disqus.

Argumentasjonen avspeiler den allerede polariserte debatten som kan forventes å være knyttet til tematikkene, og retorikken er noe hard, men ikke mer enn hva som er forventet. Det er lite motstemmer, og kanskje lite å hente på å forsøke å forsterke polariseringen mot de som ikke deltar. Det er uansett ikke noen spesielle tegn på verken mistenkelige aktører, teknikker for informasjonspåvirkning, desinformasjon, innhold, språkføring eller ordbruk som gir grunn for direkte mistanke om utenlandsk påvirkning. Selv om narrative ikke nødvendigvis har et særegent norsk opphav, og noen av de mest aktive aktørene har en anseelig mengde kommentarer registrert av Disqus, har de få om noen følgere, og følger nesten ingen selv. Innflytelsen kan derfor ikke regnes som stor ut fra den antatte graden av involvering med andre. Selv om slike trekk også er karakteristiske for falske profiler, har vi ingen ytterligere opplysninger som tilsier dette.

Innen dette utvalget er det ingen tydelige indikasjoner på bruk av andre tilnærminger enn polarisering.

Også her er det isolert sett risikabelt og nesten meningsløst å karakterisere innholdet av over 5000 treff på basis av et så lite utdrag. Men også her harmonerer resultatet fra utdraget likevel rimelig bra med resultatet fra kap. 4.3., selv om det er en noe annen betoning.

For søkeordet "Islam + Muslim" blir de viktigste nøkkelordene vold, farlig, islamisering og ytringsfrihet. Dette gir alt i alt 307 treff på domenene resett.no (150), document.no (124), rights.no (14), vg.no (12), Facebook-sider til nasjonale politikere (6), og Facebook-sider til politiske partier (1).

Dette gir totalt 307 treff, med antall likes fra 191 til 0. I det følgende beskrives innholdet fra de ca. 110 treffene som har flere enn 10 "likes". Siden det er få om noen motstemmer i dette materialet, er det mulig å syntetisere en hypotetisk (men *internt* koherent) fortelling eller narrativ som kan fremstilles som beskrevet under.

Det presiseres at hensikten med denne syntesen ikke er å avskrive eller bedømme verken (deler av) helheten eller de enkelte synspunktene på noe normativt politisk grunnlag, men å sjekke om en kvalitativ beskrivelse av det filtrerte utdraget avviker fra resultatet av den mer åpne og bredere kvalitative vurderingen i kap. 4.3.

Islam og muslimer er en totalitær og intolerant trussel mot det bestående Norge. Muslimer tillegges en grunnholdning som er uforenlig med det norske. Frykten for islam utlegges som ikke-ideologisk, men som velbegrunnet ut fra historien og religiøse tekster. Både politikere, byråkrater og MSM-journalister påstår å leve i den totale villfarelse om at islam kun er religion.

Islam som system knyttes f.eks. til kvinneundertrykkelse, hat, vold, voldtekt og mord, og som kristenhat. Islam legitimerer vold, ran og overgrep mot barn. Halal defineres som dyreplageri, og muslimske skikker griper inn i folks dagligliv.

Muslimer må derfor tåle å bli vurdert ut fra generaliseringer og gruppetenkning. Det er imidlertid ikke alltid slik at muslimske verdier stemples som dårligere. Selve annerledesheten kan være problemet.

Ytringsfriheten er ubalansert; islam og muslimer er nærmest urørlige, mens norske borgere blir fratatt sin ytringsfrihet. I et fritt og demokratisk samfunn må det være høyde for å uttrykke skepsis og kritikk av andres tro og verdier uten å skremmes til taushet. Det hevdes at islam-kritikere enten blir frosset ut av venstrevridde, eller blir møtt med vold og trusler fra den islamske siden.

For å bevare norsk egenart og kultur, må man stemme på de partiene og kandidatene som er mest kompromissløse i slike spørsmål, og ikke la løgn og trusler styre seg. Andre politiske aktører kritiseres for ikke å forstå hva som foregår, selv om det egentlig er banalt enkelt. Det anføres at enkelte politiske motstanderes ønskesamfunn er nettopp det man ønsker å forsvare gjennom å bekjempe islam. Det hele kan derfor framstå som et absurd teater.

Motstandere kritiseres for å drive med aktiv kamuflering og ha en agenda mot at fakta om muslimsk innvandring skal offentliggjøres, for at de ikke ønsker å ta vare på norske verdier, og for å være lykkelige over å kunne gi islam frikort og full beskyttelse mot kritikk.

Enkelte muslimske politikere beskyldes for å være farlige; de framstår som sekulære, men vil velge sharia uten å nøle når tiden er inne, og for å bruke teknikker basert på skam og skyld mot nordmenn.

Det hevdes at bl.a. en sosialistisk maktelite bruker demokratiske virkemidler når det går deres vei. Hvis folket vil noe annet brukes mafiametoder, vold, fake news, propaganda og oppvigleri. Ved en økonomisk nedtur og stor arbeidsløshet vil det oppstå et raseri som vil komme med kampen om ressurser. Spørsmålet er om nedturen kommer raskt nok, før islam har gjort landet umulig å redde (demokratisk).

Motstandernes motivasjon tillegges lite positive karakteristikk. Liksom-politiske tiltak og propagandaløgner er drivkraft når egen befolkning skiftes ut for å opprettholde egen posisjon. Ettergivenheten med tanke på islam føyer seg inn i mønster av andre kontroversielle saker.

Noen politiske partier er i et grenseland, de har sviktet sine opprinnelige synspunkter og idealer, de forstår ikke sine egne sympatisører, og svikter med hensyn til samfunnsverdier. Sverige fremholdes som et langt fremskredet tilfelle av det man ønsker å unngå; den ekstreme svenske innvandringspolitikken har ført til at Sverige allerede befinner seg i krig, og utgjør trussel mot hele Europa. Falske narrativ fører til at høyresiden går lei og mister troen på problemløsning med demokratiske midler.

Islam fosser frem og krever mer innflytelse i naive og forsvarsløse land som Norge. Frontfigurer for synspunkter og aktiviteter som forsøker på yte motstand kriminaliseres, mens vanlige folk straffes for sine sympatier gjennom f.eks. sosiale sanksjoner.

Grupper av innvandrere har høyere tilbøyelighet til volds- og sedelighetsforbrytelser, samfunnet pådrar seg indirekte kostnader ved at tilliten og skattevilligheten blir borte. Norge blir invadert av muslimer som har som eneste mål å tappe Norge for mest mulig ressurser, uten innsyn eller kritikk av sine parallelle samfunn. Når multikultur og globalisme i allianse med islam bryter sammen, står vi foran et regelrett sivilisasjonssammenbrudd.

Noen ganger tar argumentasjonen en annen vending, f.eks. som sympati for frafalne muslimer som ikke blir hørt eller rådført med, eller at islam tydeligvis er en så svak ideologi at den må ha et særskilt vern.

Det understrekes at ingen enkeltkommentator, plattform eller nettsted i vårt innsamlede materiale fremfører eller legitimerer et slikt narrativ i sin helhet. Syntesen dannes av summen av de typiske kommentarene og synspunktene som framkommer gjennom vårt søk, og som lar seg kombinere og binde sammen.

Hensikten med å trekke fram dette narrative er som tidligere nevnt ikke å avskrive eller bedømme verken (deler av) helheten eller de enkelte synspunktene på noe normativt politisk grunnlag. Bakgrunnen for å fremme slike synspunkter i kommentarfeltene med såpass sterk ordbruk kan for eksempel være en reaksjon på noe som oppfattes som et hegemonisk eller ensidig debattklima over tid, reell frykt basert på egne eller andres opplevelser, en konsekvens av en generelt hard debatt på området, eller rett og slett at man er av den oppfatning. De sentrale delene av argumentasjonen er dessuten vel kjent, og det er ikke overraskende at de dukker opp i en politisk debatt om muslimer og islam i tilknytning til et valg. Det er heller ikke overraskende at diskusjonen i stor grad foregår på plattformer der det hersker mer enighet enn åpen diskusjon, at det er lite preg av forsonende tone mot antatte meningsmotstandere, og at det fremstår som at det er lite eller ingenting å forhandle om.

Gjennom dette smale utvalget og det syntetiserte narrative fra dette kan man i enda sterkere grad skimte en "nå er det nok" stemning som så å si er ferdig polarisert mot "de andre", men likevel tilgjengelig for ytterligere forsterkning for aktører som eventuelt er interessert i å tilskynde for eksempel ekskludering mellom "oss" og "dem", eller et polarisert debatttema med emosjonell språkbruk/retorikk og frustrasjon. De rådende beskrivelsene av islam og muslimer kan sies å spille på frykt, avsky og unaturlighet i en norsk kontekst, forventningene til muslimer er basert på gruppetenkning snarere enn den respekten for enkeltindividet som tidvis brukes som motargument og ideal, beskrivelsen av motstanderne blant sine egne tenderer mot avsky og forræderi, og framtidsscenarioet er temmelig dystopisk.

Alt i alt foreligger det en rekke faktorer i dette narrative som en organisert aktør eller fremmed makt *kunne* spilt på og forsterket for å øke polariseringen i det norske samfunnet, men det vi finner ingen tydelige tegn på at slik påvirkning er forsøkt.

Dette underbygges også gjennom at vi har sett nærmere på kildene til vårt materiale i form av 3 enkeltsaker som kommenteres i vårt materiale. I en debattråd om støtte til HRS på resett.no der hovedsaken er at en politiker med muslimsk bakgrunn argumenterer for å fjerne pressestøtten til HRS på grunn av påstått muslimhat kan mange av deltakerne i debatten assosieres med deler av (det syntetiserte) hovednarrativet presentert i det foregående, men det finnes det også motstemmer som argumenterer med islamofobi hos debattantene. Debatten om støtte til HRS spesifikt dreies også delvis mot en debatt om pressestøtte og støtte til interesseorganisasjoner generelt.

I en sak på Document.no der en muslimsk borgerlig politiker kritiserer Frp og Sylvi Listhaug, er assosiasjonen til det syntetiserte narrative også tydelig i kommentarene; muslimske politikere kan man ikke stole på, særlig ikke hvis de tilhører partier i "gråsonen". En av få motstemmer hevder at Listhaug kunne formulert seg på en mer elegant måte, noe som blir imøtegått med forsvar av Listhaug ut fra det samme narrative, men også av en påstand om Listhaug bare sier det hun "må" si, og egentlig ikke er helt til å stole på, noe som assosierer Listhaug med "feil" side i narrative.

I en tredje sak på rights.no er temaet at Regjeringens handlingsplan mot islamhat kan bidra til å stigmatisere, og innebære en aksept for at islamkritikere kan stemples som rasister, nazister, hatpratere og islamofober, noe som også kan assosieres med det syntetiserte narrative beskrevet ovenfor. Her går kommentarene på at politikerne må sette seg inn i hva islam er før de deler ut skyld, at de egentlig for feige til å gjøre dette, at politikerne er resistente mot fakta som presenteres, og er naive og uforstandige i skremmende grad. Utspillet og kommentarene er derfor egnet til å bekrefte (det syntetiserte) narrative, som også innebærer at politikerne er de ekte rasistene, og at politikere og media er på feil side.

Noen av debattantene i de tre sakene skiller seg klart ut i form av aktivitetsnivå, antall følgere og (positiv) innflytelse beregnet av Disqus. Disse aktørens samlede aktivitet strekker seg selvsagt over en lengre tidsperiode enn de kommentarene vi har analysert her. Aktivitetsnivået avspeiler sannsynligvis en viss grad av innflytelse på de aktuelle mediene, men vi finner ingen direkte tegn på utenlandsk opphav.

Også for dette datasettet er det betenkeligheter med å karakterisere innholdet av over 5000 treff på basis av et så lite antall poster som her. Men selv om det syntetiserte narrative er mer satt på spissen, er det ikke i motstrid med øvrige kvalitative analyser. Det kan likevel ikke forstås som noe mer enn en mulig tendens som er integrert med en mye større meningsbredde i materialet, som kunne vært utnyttet av en aktør med uvennlige intensjoner.

Denne filtrerte analysen førte oss i tillegg fram til aktører som utmerker seg med å høy aktivitet, få følgere og lite følging av andre, og som resonnerer med de aktørene som fremstår som mulige formidlere mellom ulike nettsamfunn, som beskrevet i seksjon 4.2.2, men uten at vi kan påvise konkret at de har slike roller. En enkelt brukerprofil er identifisert på som deltakende både i diskusjon i alternative nettsteder med lukket profil, og som en mulig aktør som formidler av materiale av mer tvilsom karakter på de alternative nettstedene. Minst fem andre er påvist som deltakere, men har ikke noen sentral rolle som formidlere.

Den filtrerte analysen på tvers av plattformene kan totalt sett tolkes som en god indikasjon på at det innsamlede datamaterialet er konsistent, at verktøyene for søk og sammenstilling gir et rimelig representativt inntrykk på tvers av ulike tilnærminger, men også som en påminning og understrekning av at en kvantitativ tilnærming til dette området må suppleres av en bred og mangfoldig kvalitativ tilnærming.

Ulikheter og nyanser i tolkningene avspeiler også en underliggende kvantitativ skjevhet i datamaterialet. En forholdsmessig større mengde data fra alternative nettsteder gir utslag på søkeordene. Dette avspeiles i mer gjennomslag for et slags "utenforskap" som uttrykkes gjennom påstander om at man ikke blir hørt og hensyntatt, men mindre følsomhet for dialogiske trekk på sosiale medier som er mer tydelige i seksjon 4.3 i denne rapporten. Den kvalitative analysen kan slik sett forstås som å være mer robust overfor bomskudd i valg av søkeord, for eksempel ved å legge for mye vekt på lokale tema i et lokalvalg som erfaringsmessig likevel preges av nasjonale saker.



Teknologi for et bedre samfunn

www.sintef.no