

## Kapittel 4

# Politisk påvirkning i det algoritmevridde samfunnet

*Petter Bae Brandtzæg*

### 4.1. Innledning

Lever vi i et «algoritmevridde samfunn» – et samfunn der algoritmene utestenger og vrir politisk informasjonsutveksling i bestemte retninger – som påvirker demokrati og den politiske atmosfæren? Tradisjonelt har mediene og redaktørene påvirket debatten i offentligheten med sin rolle som portvokter. De har hatt makten til å velge ut hvilke saker og kilder som slipper til. I dag er denne vokterfunksjonen i stor grad utkonkurrert av algoritmer. Utvelgingen og sorteringen av informasjon gjøres av algoritmer på store sosiale plattformer som Facebook, Twitter, TikTok og YouTube. Algoritmer styres av en oppmerksomhetsøkonomi, en økonomi som er kritisert for å fokusere på optimalisering av brukerengasjement for å oppnå vekst på plattformene.<sup>1</sup> Et engasjement som i verste fall kan utspille seg i form av klikkagn, polarisering og falske nyheter.<sup>2</sup>

Ifølge FNs menneskerettigheter er ytringsfrihet retten til å si og mene hva man vil uten innblanding. Hva skjer når automatisert maskinintelligens blander seg inn – når menneskers evne til egenvilje og demokratisk utfoldelse manipuleres på algoritmestyrte medieplattformer? Hvordan foregår politisk påvirkning når portvokterne i stor grad er sosiale medieplattformer?

Kongressen i USA ble stormet av konspiratoriske nettkrigere den 6. januar 2021, mens USA-valget i 2016 ble påvirket av falske nyheter og russisk propaganda på sosiale medier.<sup>3</sup> Slik illegitim påvirkning skal angivelig ha skjedd ved en rekke andre demokratiske valg rundt om i verden, inkludert Brexit. Facebook og Cambridge Analytica-skandalen i 2018 er et eksempel på hvordan persondata på avveier kan bidra til politisk manipulasjon ned på individnivå.<sup>4</sup>

Behovet for en ny ytringsfrihetskommisjon i Norge begrunnes i at de «store globale medieplattformer for opplasting og deling av innhold har fått en ny portvokterrolle».<sup>5</sup> Den nye

ytringsfrihetskommisjonens mandat påpeker at det bør diskuteres hvorvidt «plattformene i visse tilfeller har fått en så dominerende posisjon at deres brukervilkår, algoritmer og moderering fungerer som allmenne rammer for ytringsfriheten».<sup>6</sup>

I en tid der polarisering og manipulasjon av demokratiske valg på sosiale plattformer trekkes frem som alvorlige trusler mot demokratiets fremtid, bør vi få mer innsikt i algoritmenes funksjoner og politiske implikasjoner. Det er viktig å skjønne hvordan algoritmene kan påvirke på både individ- og samfunnsnivå. En klassisk forståelse av portvokterfunksjonen er ikke lenger nok. Vi trenger kunnskap om hva det vil si når intelligente maskiner får mer makt over menneskenes ytringer – om algoritmenes sorterings- og utvelgelsesprosesser. Det som beskrives i dette kapitlet, er et skifte fra de tradisjonelle medienes rolle som portvokter til bruk av algoritmer. Jeg omtaler denne utviklingen som overgangen fra det medievridd samfunnet til det algoritmevridd samfunnet. Jeg vil belyse hvordan det algoritmevridd samfunnet fungerer, og hvordan det påvirker og skaper helt nye rammer for politisk påvirkning.

## 4.2. Det algoritmevridd samfunnet

I dag samhandler vi daglig med algoritmestyrte tjenester som tar valg og gjør avgjørelser for oss. I en stadig mer komplisert verden, der tilgjengeligheten på informasjon og sosiale nettverk er grenseløs, er vi avhengige av teknologier og algoritmer som kan sortere og velge ut, algoritmer som presenterer informasjon og sosiale interaksjoner som er relevante og forståelige. Dette gir algoritmene betydelig makt i samfunnet.<sup>7 8</sup> Samtidig er algoritmene langt fra feilfrie. Makt utøvet av dataprogrammer som regulerer informasjonsstrømmene, kan derfor få en rekke utilsiktede konsekvenser med tanke på politisk påvirkning.

Mange omtaler algoritmer som umulige å forstå, som en «svart boks». Likevel kan algoritmer undersøkes gjennom å observere hva systemet eller plattformene gjør.<sup>9</sup> For å forstå algoritmer på sosial plattform og deres politiske påvirkning kan det være nyttig å sammenligne med tradisjonelle medier. Både algoritmer og medier er mellomledd og formidlere av informasjon.

Medievridding er et sentralt begrep i analysen av moderne medier. For å belyse algoritmenes rolle mer konkret tar jeg derfor utgangspunkt i Gudmund Hernes' beskrivelse av «Det mediavridd samfunn» fra 1970-tallet.<sup>10</sup> Artikkelen er en klassiker.<sup>11</sup> Den beskriver hvordan media former innholdet sitt og vrir saker ved bruk av konkrete virkemidler for presentasjon av innhold. Det kan være teknikker for forenkling, tilspissing og polarisering. Teknikker journalister, media, men også algoritmer, utnytter for å fange oppmerksomhet og for å sette

dagsorden. Poenget til Hernes er at medieinnholdet blir vridd gjennom både valg av innhold og fremstillingsformer, som et resultat av medienes prioriteringer og interesser.

Hernes diskuterer de politiske følgene av mediavridningen og hvordan dette kan ha ført til et krassere og raskere politisk ordskifte. Mediavridningen kan være uheldig, som ad hoc-demokrati og brannsløkking, dvs. at politikerne ofte må respondere til media før de har fått tenkt seg om. Med nye teknologier og økt hastighet, krever mediene raske og umiddelbare svar. Men først og fremst representerer mediene en redigert offentlighet som sikrer demokratisk deltagelse og viktig informasjonsflyt ut til samfunnet. I tillegg har mediene en form for demokratisk kontroll – de avslører, kritiserer makten og utvider debatten.

Kommunikasjonsteknologiske omveltninger har alltid skapt endringer i tankemønster, sosiale nettverk og politiske maktforhold,<sup>12</sup> ikke bare algoritmer. Ny teknologi setter nye rammer for demokratisk deltagelse og ytringsfrihet. Mediene har gjennom historien ikke vært nøytrale redskaper for distribusjon av informasjon fra avsender til mottager. Mediene og teknologien gjenspeiler og favoriserer politiske syn og sosiale verdier. De velger ut hva de vil fortelle, og hva de vil utelate – de er politiske aktører.

I vår samtid er algoritmer allestedsnærværende, mer nærværende enn de tradisjonelle mediene. Vi inngår i intime og avhengighetsskapende relasjoner med ny teknologi, som stadig gir anbefalinger og inngang til sosiale nettverk basert på algoritmer. Bruken og viktigheten av sosiale plattformer for kuratering av innhold og sosiale interaksjoner øker. De er fremfor alt viktige arenaer for politikk og politikkutøvelse. Det er vanskelig å være aktiv i samfunnsdebatten uten en profil på Twitter eller Facebook. Sosiale plattformer er det nye fellesskapets torv og møtested.<sup>13</sup> Algoritmene på disse plattformene har radikalt endret betingelsene for politisk kommunikasjon. Denne utviklingen har gjort at vi nå i økende grad befinner oss ikke bare i det medievridd, men det jeg omtaler her som det «algoritmevridd samfunnet». I dette samfunnet benyttes nye algoritmiske utvalgsmåter og synlighetsregimer. Algoritmer påvirker hva vi ser, hvem som blir sett, og hvem som ikke blir sett. Dette skaper nye muligheter for politisk påvirkning.

### 4.3. Algoritmer på sosiale medieplattformer

Algoritmer er dataprogrammer eller oppskrifter. Jeg vil her fokusere på algoritmer på de sosial medieplattformene som YouTube, Facebook, Instagram, Twitter og lignende. På sosiale plattformer fungerer algoritmene som en bakenforliggende teknologi som anbefaler og formidler kunnskap, informasjon og følelser, samtidig som de tilrettelegger for sosiale

interaksjoner og nettverk. Facebook-algoritmer, for eksempel, styrer hvilken rekkefølge og presentasjon ulike brukergenererte innlegg har. I stedet for å publisere innhold kronologisk presenteres innlegg og annonser basert på hva Facebook-algortimene ser på som relevant for den enkelte. På den måten instruerer algoritmene brukerne i hva de skal se, hvem de skal interagere med, og hva de skal engasjere seg i, ofte i retning av skreddersydde opplevelser. Denne personaliseringen utfordrer fellesopplevelsen eller fellessamtalen til fordel for enkeltindividers preferanser og behov. Samfunnsoppdraget til mediene handler nettopp om å fremme demokratiet gjennom felles opplevelser, felles referansepunkter, bredde og tilgjengelighet i innholdet.

Algoritmer kan, ifølge forskerne Schuilenburg og Peeters,<sup>14</sup> forstås i lys at tre viktige begreper: automatisering, informasjonsarkitektur og evnen til å forutsi adferd og preferanser.

- *Automatisering* betyr at valg (som tidligere ble gjort av mennesker) gjøres av automatiserte beslutningsprosesser – i hvilken grad dette skjer, varierer fra tilfelle til tilfelle.
- *Informasjonsarkitektur* refererer til hvordan algoritmer, som regler og prosedyrer, er avgjørende for hvordan informasjonsflyten på plattformen opererer.
- *Å forutsi adferd og preferanser* skjer når algoritmene overvåker og får tilgang til persondata gjennom adferdsmønstre og sporing av brukere på plattformene. Algoritmer kan på den måten forutsi, optimalisere eller begrense menneskelig adferd ved hjelp av klassifisering, kvantifisering, poeng og rangeringer.

Automatiseringsprosesser og algoritmer på sosiale plattformer begrenser brukernes mulighet til å forstå hensikten bak ulike valg og anbefalinger som gjøres.<sup>15</sup> Algortimene er skjulte eller «usynlige» for brukeren – en «svart boks». De store sosiale plattformene har ikke transparente algoritmer, det vil si at det er lite åpenhet om hvordan algoritmene skaper ubalanse i maktforholdet mellom mennesker og maskiner. Plattformene har enorm innsikt om deg og meg, mens vi vet lite om dem.<sup>16</sup> At vi som brukere påvirkes av noe vi ikke har innsikt i, kaller sosialpsykologen Shoshana Zuboff «Big Other». «Big Other» refererer til at brukerne i økende grad interagerer med uoversiktlige og komplekse systemer vi ikke vet noe om, ikke forstår eller har kunnskap om.<sup>17</sup>

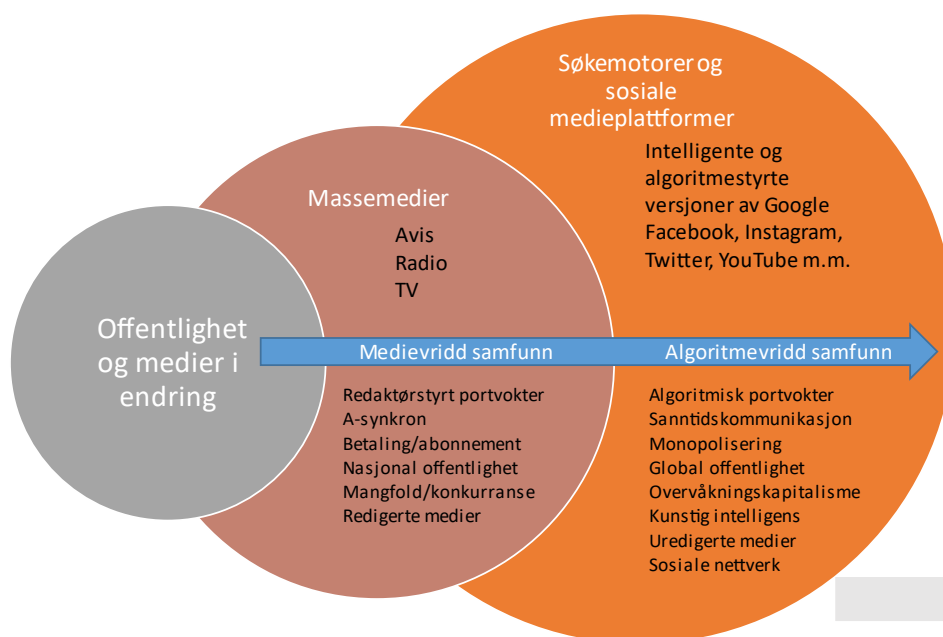
Nedenfor beskrives hva som kjennetegner teknikker algoritmene benytter, og hvordan disse skiller seg fra de tradisjonelle mediene:

- 1) *Anbefaling og distribusjon av innhold uten kontroll:* De algoritmestyrte innholdsanbefalingene på plattformene er ofte ikke kuratert og kvalitetssikret av redaktører som i mediene. Anbefalingsalgoritmer kan være automatiserte prosesser med fravær av menneskelig tilstedeværelse og sunn fornuft. Spredning av falske nyheter og konspirasjoner kan derfor forekomme på plattformene.
- 2) *Tilrettelegging av sosiale nettverk uten kontroll:* Algoritmer kan koble likesinnede sammen. Slike nettverkskoblinger kan ofte lede til feil og uheldige konsekvenser fordi anbefalingsalgorithmsene skjer uavhengig av om det dreier seg om nettverk knyttet til frihetsaktivister, konspirasjonsteoretikere eller terrorister. Denne typen etablering av sosiale nettverk kan føre til *usunne ekkokamre*. Slike ekkokamre vil i liten grad dyttes frem de gamle mediene, selv om enkelte medier og nettaviser har tydelige målgrupper og kommentarfelt som kan skape en opplevelse av et nettsamfunn.
- 3) *Fravær av ansvar:* Plattformen er nettapplikasjoner som tillater og tilrettelegger for publisering, tilgang og utveksling av brukergenerert innhold. Det er ingen form for forhåndsmoderering og slik heller ikke et redigert medium som en avis eller radioprogram. Derimot er det etter-modereringer som forsøker å opprettholde retningslinjene på plattformen. Dersom man blir stengt ute eller finner innhold som bryter med retningslinjene, kan man rapportere, men får kun en automatisert respons. Det er ikke mulig å konfrontere og heller ikke komme i dialog med en journalist eller en redaktør, slik man gjør med et redigert og profesjonelt medium. Utestengelsesprosesser på sosiale plattformer er ofte fremmedgjorte og uten noen form for innsyn av dem som blir rammet.
- 4) *Skjult individbasert påvirkning:* Algoritmiske påvirkningsprosesser på sosiale plattformer synes å være mer subtile, skjulte og individrettede siden de forsøker å forutsi preferanser og adferd. Dette kan skape såkalte *filterbobler*, hvor personer får filtrert og sortert bort informasjon basert på skreddersydde automatiske tilpasninger. I det medievriddet samfunnet når informasjonen ut ikke på individnivå, men til fellesskapet på gruppe- eller makronivå, og prosessene er mer transparente.
- 5) *Global offentlighet:* Sosiale plattformer styrer en monopolisert global offentlighet som når ut til milliarder av mennesker. Til forskjell er de tradisjonelle mediene oftest nasjonale og desentraliserte. De er redaktørstyrte. Flere ulike medier i

konkurransen og et mangfold av journalister velger ut innholdet for en nasjonal og ikke global offentlighet.

- 6) *Uredigert sanntidskommunikasjon*: På de sosiale plattformene kan hvem som helst publisere innhold i sanntid, såkalt brukergenerert innhold (video, tekst, lyd, bilder). Sanntidspublisering betyr at innhold kan spres uten at det er kvalitetssikret på forhånd. Sanntidskommunikasjon er i liten grad tilfeller i redigerte og tradisjonelle medium, sett bort i fra kringkasting av live eventer og likende.

Disse karakteristikene beskrevet over, vokser i stor grad frem av algoritmenes og plattformenes egenart. Mange av målsetningene ved algoritmene er gode, for å hjelpe oss i å sortere innhold og nettverk, men mangel på kontroll og synlighet gjør at de kan få uante og uheldige konsekvenser. I figur 4.1 oppsummerer jeg de mest sentrale utviklingstrekkene fra et mediavridd til et algoritmevridd samfunn.



Figur 4.1. Mediavridd samfunn versus algoritmevridd samfunn

Med dette som bakgrunn beskrives noen sentrale utfordringer knyttet til politisk påvirkning i det algoritmevridde samfunnet, som manipulasjon, politisk vridde algoritmer, algoritmsk ekstremisme og polarisering, overvåkning og utestenging. Det er viktig å skille mellom illegitim politisk påvirkning og legitim påvirkning,<sup>18</sup> hvor det første strider mot anerkjente demokratiske prinsipper som åpenhet, innsyn og ansvarlighet. Dette er prinsipper det algoritmevridde samfunnet utfordrer grunnet manglende åpenhet og kontroll på algoritmene,

samtidig som enkelt individer og samfunnet forøvrig mangler kompetanse til å analysere og forstå algoritmer.

## 4.4. Politisk påvirkning i det algoritmevridde samfunnet

### Manipulering gjennom algoritmer?

Et typisk trekk ved manipulasjon er at det er vanskelig å avdekke, og algoritmene på store plattformer er som vist innledningsvis «usynlige». Forklarlig kunstig intelligens handler om metoder og verktøy som kan forklare resultatene fra kunstig intelligente algoritmene for oss mennesker. Mangelen på synlighet og forklarlig kunstig intelligens gjør potensialet for manipulasjon av mennesker på plattformene stor. Mangelen på innsyn i algoritmene til Facebook, Google og andre har ført til uro blant forbrukerorganisasjoner i Norge og internasjonalt.

EU ønsker mer åpenhet om algoritmene til de store teknologiaktørene. EU-kommisjonens president Ursula von der Leyen har uttalt at: «Vi ønsker at de store digitale plattformene skal være transparente om hvordan algoritmene deres fungerer. Fordi vi ikke kan godta at avgjørelser som har betydelig innvirkning på vårt demokrati, blir tatt av dataprogrammer alene.»<sup>19</sup> Faren er at teknologigigantene har skapt usynlige algoritmer som manipulerer brukere, en manipulasjon på individnivå som ikke var relevant i et medievridd samfunn. Denne situasjonen gjør også at plattformene kan påvirke demokratiet.

Hvorfor kan algoritmene manipulere? Dette handler om manglende innsyn og manglende kunnskap om hensikten med de ulike algoritmene. Men fra et brukerperspektiv kan det også være både behagelig og lettvinnt å overlate beslutninger og anbefalinger til algoritmer. Dette omtales som kognitiv latskap (cognitive laziness) – at mennesker ofte vil motsette seg prosesser som krever en mental innsats, inkludert søk og informasjonssinnhenting.<sup>20</sup> Den kjente historikeren Yuval Noah Harari hevder at vi i økende grad overlater informasjonssøkene og de mentale utfordringene til maskiner. Dette kan svekke vår evne til å finne informasjon selv over tid. Harari<sup>21</sup> mener videre at plattformene har tatt kontrollen over våre valg. Hele 70 % av tiden som brukes på YouTube, drives frem av anbefalingsalgoritmer.<sup>22</sup> Tilsvarende er 80 % av filmene og seriene folk velger å se på Netflix, foreslått av algoritmer.<sup>23</sup> Disse tallene indikerer at menneskenes evne og vilje til å ta valg i møte med intelligente plattformer kan svekkes, noe som i verste fall kan utnyttes til politisk manipulasjon. En utfordring med mer maskinintelligens er å skape en balanse mellom menneskelig kontroll og maskinkontroll.

I hvilken grad brukerne er klar over algoritmene eller er helt uvitende om deres beslutninger, beskrives som «algoritmisk bevissthet».<sup>24</sup> Det er for eksempel vanskelig å vite årsaken til at nyhetsfeeden på Facebook ser ut som den gjør. En studie fant at mer enn halvparten av deltagerne (62,5 %) ikke var klar over at nyhetsfeeden på Facebook ble kuratert av algoritmer.<sup>25</sup> Funn fra psykologien viser at mennesker har en «overdreven tillit» til algoritmiske anbefalinger, selv når de blir introdusert for mange varseltegn og motstridene informasjon som gjør at de burde tvile på den algoritmiske avgjørelsen. Dette kalles «automatiseringsbias». Automatiserte algoritmer fungerer som en «moralsk buffer» og fører til «psykologisk distansering». Menneskene kan med andre ord skyldes på algoritmene for sine feil.<sup>26</sup> Fravær av algoritmisk bevissthet og automatiseringsbias viser at brukerne kan få en forvrengt versjon av virkeligheten.

Det å overvinne «kognitiv latskap» ved at individer heller utfordrer valgene til algoritmene, er vanskelig. Personalisering av innhold og tjenester på ulike plattformer brer om seg – såkalt *individbasert påvirkning*. Med personalisering skreddersys innhold og sosiale nettverk til enkeltindividers preferanser og behov gjennom algoritmer. Personalisering gjør kanskje at vi opplever en nærhet til teknologien. Vi stoler kanskje i økende grad på algoritmene fordi de kjenner våre preferanser og kan forutsi vår adferd. Facebook, for eksempel, vet mer om deg enn det du vet selv, hevder informatikeren Jaron Lanier.<sup>27</sup> De vet hvor du er, hvilke venner du har, hvilke preferanser du har, og hva og hvem du snakker om. Gjennom å sammenstille analyser av adferdsmønster fra milliarder av brukere vet maskinintelligensen om du er deprimert eller skilt før du vet det selv. Med dyp innsikt om følelser, bruksmønstre og preferanser kan sosiale medier manipulere og endre adferden ikke bare til deg og meg, men milliarder av mennesker. Vi er derfor, ifølge Lanier, underkastet en kynisk forretningsmodell som fokuserer på manipulativ adferdsendring på individnivå, men i global masseskala, kun med tanke på inntjening på plattformen. Et fenomen som samsvarer med det Zuboff<sup>28</sup> omtaler som *overvåkningskapitalisme*.

Teknologisk design og algoritmer utnytter på denne måten menneskenes psykologiske svakheter, som kognitiv latskap. Enkelte mener derfor at algoritmene har hacket eller kapret menneskenes hoder gjennom manipulering.<sup>29</sup> Demokratiet og samfunnet er hacket.<sup>30</sup> I en rapport laget på oppdrag av Valglovutvalget<sup>31</sup> finner man at manipulasjon av velgere på sosiale medier er en av de største truslene mot demokratiske prosesser. Rapporten konkluderer med at bruken av digitale analyser og plattformer gjør det vanskeligere for velgeren å skjønne hva og hvordan påvirkning skjer.<sup>32</sup> Usynlige algoritmer kan slik være en trussel mot legitimiteten til demokratiet.



## 4.5. Politisk vridde algoritmer?

En gjenvendende debatt er hvorvidt tradisjonelle medier har politiske vridninger, hvor noen blir beskyldt for å være høyrevridde, mens andre er venstrevridde.<sup>33</sup> Hva så med algoritmer? Kan det være slik at aktørene bak de sosiale medieplattformene med vilje tilpasser algoritmene sine for å favorisere visse politiske fløyer eller innhold, og derigjennom manipulere brukerne? Det er vanskelig å bevise om så var tilfelle, nettopp fordi algoritmene ikke er synlige og kjente. Vi kan heller ikke utelukke at teknologiselskapene vil ha mer utbytte av visse ideologiske føringer og valgresultater enn andre. Forskning publisert i anerkjente *Proceedings of the National Academy of Sciences* viser hvordan søkemotorer som Google har bidratt til å påvirke brukerne politisk.<sup>34</sup>

Det er likevel ikke usannsynlig at ideologiske skjevheter fremmes av algoritmer på sosiale medier. Hva mennesker presenteres for av informasjon, påvirker oss og våre oppfatninger. I prinsippet kan demokratiske valg avgjøres av hva som prioriteres av Facebooks algoritmer. En Pew Internet survey fra juni 2020 rapporterer om at tre fjerdedeler (73 %) av amerikanerne opplever det som sannsynlig at sosiale medier bevisst sensurerer bort politiske synspunkter. Hele 85 % av republikanerne mener at slik sensur foregår. 69 % av republikanerne opplever at sosiale medier systematisk favoriserer demokratens agenda heller enn republikanernes. Til sammenligning er det få demokrater som mener sosiale medier favoriserer et bestemt politisk standpunkt. Republikanere mener er at algoritmene på sosiale medier presser ned konservativt innhold på plattformene.<sup>35</sup> Pew-studien vitner om at det eksisterer en uro i det amerikanske samfunnet overfor plattformenes rolle som en diffus og umerkelig politisk påvirkningsaktør og portvokter, dette til tross for at Facebook og Google forteller verden at de er «nøytrale» plattformer og ikke medier som former budskap og meninger.

På den annen side blir algoritmer og maskiner ofte beskrevet som objektive og nøytrale, uten menneskelige fordommer eller politisk slagside. Noen opplever derfor algoritmer som mer nøytrale enn menneskelig og redaksjonell kuratering av innhold. En studie fra Reuters Institute<sup>36</sup> fant for eksempel at mange nyhetsbrukere faktisk foretrekker algoritmer heller enn redaktører til å velge ut nyheter. De som foretrakk algoritmer, gjorde det fordi de så algoritmer som mer uavhengige og objektive i sine vurderinger enn avisene og dets redaktører. Likevel var det mange som ikke hadde innsikt i eller hadde tenkt så mye igjennom beslutningsgrunnlaget til algoritmene.

Studien fra Reuters er fra 2016 og i en tid hvor debatten om algoritmer var begrenset. Debatten om politiseringen av algoritmer og sosiale plattformer er blitt mer betent siden den gang. Twitter og Facebook stengte ute den daværende presidenten i USA Donald Trump den 8. januar 2021. Trump anklaget Twitter særlig for å «forby ytringsfrihet» og at de «samarbeidet med demokratene og de radikale venstre».<sup>37</sup> Som tilsvar til utestengelsen skal Trump angivelig lansere sin egne sosiale medieplattform som skal «completely redefine the game».<sup>38</sup> Til tross for republikanernes anklager og opplevelser om at sosiale medier sensurerer den politiske høyresiden, viser en ny rapport at de ikke kan finne indikasjoner på at dette stemmer.<sup>39</sup>

Likevel, algoritmenes sorteringer og fremhevelser av innhold og nettverk har en betydning ved demokratiske valg, men konsekvensene er kanskje politisk utilsiktede heller enn tilsiktede. Like fullt alvorlige. Analyser gjort av Buzzfeeds desinformasjonsekspert Craig Silverman fant at falske nyheter gikk viralt på Facebook under 2016-valgkampens sluttspurt i USA.<sup>40</sup> Algoritmene på Facebook promoterte og løftet frem falske nyheter. Mark Zuckerberg benektet på sin side at dette påvirket valget.

## 4.6. Algoritmisk ekstremisme og polarisering

Algoritmene trenes på en måte som gjør at oppfatninger styrkes. Algoritmene eksponerer uenighet fordi det skaper engasjement – dette kan lede til polarisering i samfunnet. Polarisering handler nettopp om hvordan oppfatningen til motstridende grupper beveger seg mot ekstreme politiske fløyer. Den politiske avstanden mellom de politiske fløyene øker. Algoritmene som maksimerer engasjementet på plattformene, kan derfor utilsiktet også favorisere konflikter og ekstremisme: Folk lar seg fasinere av opprørende artikler og bilder etc. Noen ganger kan derfor algoritmer bidra til å akselerere eksisterende politiske spenninger i samfunnet fordi det genererer trafikk og lønnsomhet.

Oppmerksomhet og polarisering har alltid vært en viktig valuta og teknikk, også for de tradisjonelle mediene.<sup>41</sup> Tilsvarende tjener de sosiale plattformene på en oppmerksomhet gjennom algoritmer, noe som har fått fornyet relevans etter avsløringene til varsleren Frances Haugen. Haugen som tidligere har jobbet i Facebook, har anklaget plattformens algoritmer for å fremheve splittende og polariserende innhold fordi det er lønnsomt. Forskning viser også hvilken sentral plass falske nyheter og konspirasjoner har fått på sosiale medier.<sup>42</sup> En studie i regi av New York University fant i et utvalg høyreekstreme Facebook-sider at de som regelmessig postet politisk feilinformasjon, fikk mest engasjement under presidentvalget i USA i 2020 og frem mot stormingen av kongressen i USA i januar.<sup>43</sup>

Massiv spredning av feilinformasjon på sosiale medier om et stjålet valg (med emneknaggen #StopTheSteal) var antagelig en utløsende årsak til stormingen av kongressen i USA i januar 2021. En undersøkelse fra Monmouth University fant at hele 77 prosent (53 millioner) av Donald Trumps velgere i 2020 mente at Joe Biden vant presidentskapet gjennom svindel, noe som er tilbakevist fra en rekke autoritative kilder som Politifact og FactCheck.org. Påstanden om svindel kommer fra Trump, en påstand som gikk viralt godt hjulpet av algoritmer og nettverk på plattformene til Facebook og Twitter. Forskning finner at slike falske nyheter, med oppsiktsvekkende innhold og et følelsesmessig sterkt budskap, ofte blir mer delt. En studie publisert i Science fant at det er 70 prosent større sjanse for at en falsk nyhet blir delt, enn at en faktabasert nyhet blir delt.<sup>44</sup> Ideen om at det amerikanske valget var stjålet, har forringet tilliten til det amerikanske demokratiet for titalls millioner av mennesker. Enkelte mener derfor at Facebook og Twitter bør stilles til ansvar for stormingen av kongressen.

Over flere år har Facebook og Twitter gitt «deep state» (dyp stat)-narrativet og konspirasjonen til QAnon-bevegelsen en plattform. Disse konspirasjonene mener det eksisterer et hemmelig nettverk av mektige personer i det amerikanske statsapparatet som styrer verden og USA. Mektige personer som Obama, Hilary Clinton og Biden, med koblinger til avdøde Epstein, er ifølge QAnon-teorien ledere av pedofilringer, sexhandel med barn og satanisme. Konspirasjonene mener at Trump er den eneste som kan redde verden fra denne ondsinnede pedoringen. For å spre budskapet ytterligere har QAnon kapret emneknaggen til Redd Barna #SaveTheChildren. Pedofilikonspirasjonen mot Clinton, også kjent som Pizzagate, ble mye delt også under den amerikanske valgkampen i 2016. En studie viser hvordan QAnon har spredd seg fra å være subkulturer på nettets avkroker til å bli en global konspirasjonsteori på sosiale medier, til politisk mobilisering i stor skala.<sup>45</sup>

Polarisering som følge av algoritmer er blitt beskrevet i forskningslitteraturen som «algoritmisk ekstremisme».<sup>46</sup> Plattformene har et distribusjonsproblem fordi algoritmene selv bidrar til å spre løgner og oppfordre til problematiske nettverk. De bidrar til en akselerasjon av løgnene, konspirasjonene og hva andre eksponeres for.<sup>47 48</sup> Dette skjer i stor grad fordi algoritmer ikke har sunn fornuft. Algoritmer kan heller ikke språk, kun statistikk om språk. Algoritmene stimulerer og optimaliserer ulike former for brukerengasjement, nettverk og ytringer, uavhengig av om engasjementet er godt eller dårlig, uavhengig av om det handler om radikaliserings eller fredsarbeid.

Algoritmer løfter frem innhold og nettverk relatert til følelsesladet innhold. «Borderline content», innhold som grenser mot det ulovlige, og retningslinjene på plattformen får mest spredning på både YouTube og Facebook. Dette skaper enormt med engasjement i form av

delinger og likerklikk som igjen løftes frem av algoritmenes logikk.<sup>49</sup> Spredning av borderline content understøtter ofte et engasjement som kan bidra til å forvrengte den politiske debatten. Splid og feilinformasjon kan spre seg. Deep state (dyp stat)-narrativer og konspirasjoner har derfor vokst seg store på Twitter og Facebook over flere år, og noen mener dette har drevet radikale ideer over til det normale. Denne normaliseringen av det radikale beskrives som et skifte i «Overton window», et nøkkelkonsept som brukes til å forklare fremveksten av Donald Trump og Brexit. Ifølge en nylig studie er det nettopp på de store plattformene høyre-radikalt innhold får spre seg og bli «normalisert».<sup>50</sup> Tilsvarende mener noen å finne at de sosiale medieplattformene øker avstanden mellom folk og grupper gjennom verbal aggresjon og opprettelse av ekkokamre.<sup>51</sup>

Brukere av de store plattformene er, som nevnt tidligere, uvitende om de underliggende algoritmene som fungerer bak kulissene. Når algoritmene måltretter og tilpasser informasjon ned på individnivå, gjennom personalisering, kan det også føre til det som omtales som *filterbøbler*. Personaliseringsteknologi gjennom anbefalingsalgoritmer er et av de viktigste og mektigste verktøyene plattformene benytter for å holde på brukernes oppmerksomhet. Hyperpersonalisering utnytter i tillegg kunstig intelligens og sanntidsdata for å levere mer relevant innhold, produkt- og tjenesteinformasjon til hver bruker. En sentral utfordring er at hyperpersonalisering gir oss ulike nyhetsfeeder tilpasset hver og en av oss, og dermed også kun et lite utsnitt av verden, slik at mitt Google er forskjellig fra ditt Google, og din YouTube er annerledes enn min YouTube. Algoritmene påvirker hva vi får se. Begrepet filterboble beskrives derfor som en systematisk, individuelt tilpasset avgrensning av informasjon og opplevelser på nett. Algoritmene gir oss bare mer av det samme. Viser du interesse for Qanon får du mer innhold om Qanon.

Personalisert filtrering eller hyperpersonalisering ved hjelp av avanserte algoritmer kan føre til en ensretting i tilgangen på informasjon,<sup>52</sup> eller såkalte politisk «rabbit hole». Sistnevnte beskriver hvordan nettbrukere blir eksponert for ensidige og forvridde forklaringer om hvordan verden fungerer, uten at disse verdensbildene blir utfordret. I stedet for å skape uenighetsfelleskap kan algoritmene akselererer motsetninger og polarisering i befolkningen.

## 4.7. Global påvirkning

De sosiale medieplattformene og algoritmene har gjort det politiske meningsrommet globalt og uten landegrenser. På verdensbasis har Facebook snart tre milliarder aktive brukere, ifølge Statista.<sup>53</sup> Infrastrukturen og algoritmer på plattformen sørger for at innhold blir spredd ikke bare innad i land, men på tvers av landegrenser. I tillegg sørger algoritmene for

automatisk genererte oversettelsesprogrammer som gjør at alle i verden i prinsippet kan forstå hverandre.

Tid og rom viskes ut på globale plattformer, og gjennom Twitter og Facebook kan vi diskutere og involvere oss i andre lands politiske situasjon på nye måter. Polariseringer i den amerikanske debatten kan slik raskt nå Norge. Mens samfunnsdebatten før var delt inn i ulike kontekster, har det skjedd en *kontekstkollaps* også globalt. Tidligere, før Google og Facebook, hadde hver kontekst sin plattform, mens reglene til Facebook skal være tilpasset alle over 13 år i hele verden, uansett språk, religion og kulturell bakgrunn.

De offentlige møteplassene har tradisjonelt fungert som lokale og nasjonale fora. På Twitter og Facebook er det mange ulike kontekster og nasjonaliteter i samme rom. Alle og alt er tilgjengelig i sanntid. Du kan delta i et muslimsk bønnemøte over Facebook Live, og deretter følge kommunestyremøte i Alta på samme kanal. Sosiale medier har slik gjort det lettere for folk flest å ytre sine politiske meninger. Praktiske og økonomiske barrierer for publisering og deltagelse er fjernet. Det er en deltagelsesmulighet som støtter opp om demokratiets prinsipper. Samtidig kan flere også nå frem med skadelig og destruktivt innhold.

Kommunikasjonen på sosiale medier skjer i *sanntid* uten noen form for forhåndsmoderering. Gjerningsmannen for moskéangrepet på New Zealand i 2019 direktesendte Christchurch-massakren av 50 mennesker via Facebook Live.<sup>54</sup> Videoen og filmingen av massakren ble sett av millioner og spredd videre til andre nettverk som YouTube. Facebook forsterker og akselerer dermed rekkevidden til terrorhandlingen og politisk påvirkning til å bli global. Voldshandlinger og terrorhandlinger utført i blant annet Frankrike har også blitt kringkastet live på Facebook. Facebook har derfor lovet at de skal bruke kunstig intelligens for å rydde unna mesteparten av det skadelige innholdet før det når frem til brukerne, uten at de har maktet det.

Et annet eksempel på en global offentlighet er hvordan norske og skandinaviske Twitter- og Facebook-brukere kan delta i samme offentlighet med velgerne i USA. Tall fra medieforskeren Jessica Yarin Robinson finner at 67 551 skandinaviske brukere tilsammen tvitret 350 562 ganger om USA-valget i 2016. Potensielt kan derfor alle påvirke valg i andre land enn sitt eget. At skandinaviske brukere aktivt deltar i USA-valget på Twitter, kan forståes som en slags utenlandsk påvirkning av valg. Men det kan også tolkes som et ønske om å dele kunnskap og påvirke i saker som angår mennesker i en global landsby og i «en grenseløs offentlighet».<sup>55</sup> Å stoppe alle former for utenlandsk innblanding blir derfor å bryte med den internasjonale demokratiseringen internett og sosiale medier bidrar til, ifølge Robinson.<sup>56</sup>

Påvirkning som skjer i en global offentlighet, kan likevel gjøre norsk offentlighet mer sårbar for utenlandsk politisk påvirkning. Vi blir særlig påvirket av politiske strømninger fra USA, enten det er covid-19-skepsis, falske nyheter, konspirasjonsteorier, «Black Lives Matter» eller «metoo»-bevegelsen. Noe av denne påvirkningen kan være positiv, mens konspirasjoner og annet kan bidra til polariseringer også i den norske offentligheten. Forskning viser at disse impulsene kan være vanskelige å fange opp og håndtere. Det som gjør dagens distribusjon av falske nyheter på tvers av ulike land utfordrende, er hastigheten de sprer seg med på plattformene. I tillegg er kilder og motivasjoner krevende å avsløre, fordi avsender i økende grad skjuler identiteten og mange sammenblander bevisst sann og usann informasjon. De utnytter plattformens algoritmer for å generere engasjement.<sup>57</sup> Å oppdage utenlandsk illegitim påvirkning i en global offentlighet blir derfor stadig vanskeligere.

## 4.8. Overvåking, nedkjøling og utestenging

Ved hjelp av enorm innsamling av data om brukere verden over har de store plattformene bygget en infrastruktur som er gjennomovervåket av algoritmer. Plattformenes rikdom er data om oss. Overvåkningskapitalisme refererer til forretningsmodellen til de store plattformene.<sup>58</sup> Mens de moderne sosiale medieplattformene i det algoritmevridde samfunnet utøver kontinuerlig overvåking av sine brukere, var leserne av tradisjonelle papiraviser oftest anonyme. Eierne av de tradisjonelle mediene, i det medievridd samfunnet, hadde liten eller ingen detaljert innsikt om sitt publikum og deres konsumadferd – hvilke nyheter de leste, eller hvem som leste nyhetene.

Kunstig intelligens muliggjør innsamling og analyse av persondata og informasjon om brukere verden over. Et lignende overvåkningssystem har vi aldri tidligere vært vitne til.<sup>59</sup> Hver gang vi benytter de store plattformene, sendes verdifulle person- og adferdsdata, inkludert personsensitive data, ut av Norge og Europa til plattformer og servere i USA,<sup>60 61</sup> og nå også Kina (les TikTok). Sensitive persondata er definert av GDPR (personvernforordningen i EU) som informasjon som avdekker rase, seksuell legning, politiske meninger, religiøse eller filosofiske holdninger.

En fersk studie vier at Facebook kategoriserer hele 73 % av Facebook-brukerne i Europa basert på sensitive data om dem, ifølge en ny studie. Innsamling og bruk av sensitive data er i prinsippet i strid med GDPR.<sup>62</sup> Men det finnes lite kunnskap om hvordan sensitive data, som for eksempel politisk tilhørighet, er integrert i algoritmene. Bruk av sensitive data kan potensielt påvirke og manipulere brukere på nye og subtile måter. Dette gir også en

utfordring med tanke på politisk manipulasjon, dersom ikke strengere personvernsreguleringer blir vedtatt.

Den fremadskridende overvåkningskapitalismen er spesielt relevant med tanke på unge. De vokser opp i et digitalt samfunn omgitt av de store sosiale medieplattformene. De unge har lagt igjen digitale spor fra de begynte med internett. Algoritmer vil kunne forme og påvirke denne generasjonens identiteter. Plattformene samler i økende grad en detaljert innsikt fra de aller minste barna, gjennom tjenester som «YouTube Kids» og «Messenger Kids», og vil kunne forme dem i større grad gjennom hele livsløpet med algoritmer og prediktive analyser.<sup>63</sup>

Ifølge Yuval Harari<sup>64</sup> har plattformeiere ikke vært i stand til å skjønne konsekvensene av de betingelsene de har innført for milliarder av mennesker og demokratier over hele verden. De har i første rekke prioritert sine aksjonærer og deres kommersielle interesser, og ikke sivilsamfunnet eller demokratiet, slik tilfellet i større grad var i det medievidde samfunnet som baseres på pressestøtte og statlige regler og tanken om et samfunnsoppdrag. Det skal imidlertid påpekes at tradisjonelle medier i dag også benytter datainnsamling og algoritmer. De utvikler i økende grad hyperpersonaliserte nyheter som kan skape både fragmentering, polarisering og overvåkning. Den økende algoritmebruken er derfor problemstillinger som også er viktig å diskutere i den norske mediefloraen, inkludert NRK. Sistnevnte må spørre seg hvordan allmennkringkastingens algoritmer skal se ut, slik at de også støtter opp om utforskning, bredde og fellesopplevelser. I tillegg må mediene være åpne om hvordan algoritmene fungerer og dets hensikt, slik at brukerne ikke får en følelse av en snikende overvåkning.

Omfattende overvåkning kan føre til at personer modererer og selvensurer egne utsagn eller adferd ut fra bekymring over at de blir overvåket. Denne bekymringen refereres til som *nedkjølingseffekt*. Begrepet beskriver at vi lar være å uttrykke meninger og legger en demper på vår demokratiske deltagelse fordi vi frykter at persondata eller innhold vi deler, kan få negative konsekvenser.

Nedkjølingseffekten må forstås i sammenheng med menneskers rett til personvern. Personvern handler om opplevelsen av kontroll over egne personopplysninger. Personvernet utfordres når algoritmene overvåker og får tilgang på enorme mengder data, inkludert personsensitive opplysninger.<sup>65</sup> Mangel på kontroll og innsikt skaper usikkerhet til hvordan personopplysningene brukes av plattformene. Fravær av kontroll kan endre folks adferd på nett.<sup>66</sup>

Begrepet nedkjølingseffekt er relativt omstridt. Det er vanskelig å måle. Datatilsynet (2019/2020) rapporterer om at hele 16 prosent av den norske befolkningen har unnlatt å delta i kommentarfeltet i en nettavis. Tilsvarende rapporterer 16 prosent at de har latt være å delta i en debatt på Facebook. Dette fordi de opplever at de er usikre på om myndighetene (PST og politi) kan få tilgang til informasjonen de legger igjen på plattformen.<sup>67</sup> Langt flere rapporterer om å unngå å gjøre visse aktiviteter eller endrer adferd på nett på grunn av usikkerhet knyttet til private selskapers (som for eksempel Facebook) bruk av personopplysninger, sammenlignet med myndighetsovervåking. Hele 48 % rapporterer om at unnlater å delta i debatt på Facebook. Dette er høye tall, som viser hvordan den demokratiske deltagelsen utfordres av stordataalgoritmer og dets overvåkningsregimer på plattformene.<sup>68</sup>

I tillegg til nedkjøling er en annen sideeffekt ved det algoritmevridde samfunnet umotiverte utøvelser av utestenginger og sensur som følge av stadig flere reguleringer på plattformene. Zuboff<sup>69</sup> stiller kritiske spørsmål til hvordan overvåkningskapitalismen tar kontroll over demokratiske samfunn ved å definere kunnskap, autoritet, normer og regler gjennom eierskap til brukernes data. Facebook er i dag Norges dominerende offentlige sfære og det mest brukte mediet i antall daglige brukere, flere enn NRK. Vår tilstedeværelse i det algoritmevridde plattformsamfunnet skjer derfor på amerikanernes premisser, av algoritmer som lages i USA. For få år siden, i det medievriddet samfunnet, var denne offentligheten regulert av norske selskaper eller staten. Normer og regler for hva som er lov og ikke lov, defineres i dag av Facebook og Google.

Ofte kan slike reguleringer av normer og regler være automatiserte. Plattformen tar en rekke algoritmiske beslutninger om hva som teller som «problematisk innhold». En vanlig teknikk er såkalt emneknagg-moderering – en automatisert prosess hvor plattformene enten sletter innhold eller blokkerer søkeresultater for bestemte emner. Videre sensurerer eller skjuler de innhold for brukere for å veilede brukere til kunngjøringer fra offentlige tjenester.<sup>70</sup> Problemet er at algoritmer eller kunstig intelligens som skal oppdage skadelig innhold, også fjerner lovlig innhold, og slik utfordrer ytringsfriheten. På denne måten fungerer algoritmer i en symbiose med moderering og retningslinjer på plattformene. De fungerer slik som rammer for ytringsfriheten i det algoritmevridde samfunnet.

Algoritmer som modererer plattformene, kan i praksis stenge ute både organisasjoner og enkeltbrukere, inkludert verdens mektigste mann. I mars 2021 ble både Universitetsforlaget og Senter for studier av Holocaust og livssynsminoriteter (HL-senteret) stengt ute fra Facebook. I januar 2021 ble den daværende demokratisk valgte amerikanske presidenten



Donald Trump utestengt fra Twitter på livstid. I tillegg valgte Facebook, Instagram, Twitch, Shopify, Discord, Snapchat, Pinterest og Spotify å stenge han ute på ubestemt tid.

Utestengelsen av Universitetsforlaget og HL-senteret fra Facebook viser mangelen på kontroll et algoritmevridt samfunn kan skape for mange. Tilsynelatende var utestengelsene av de begge helt vilkårlig. Fravær av kontroll over egne ytringer på denne måten er problematisk for ytringsfriheten. Automatiserte og svake modereringspraksiser besitter makt og utøvelse av makt verken organisasjoner eller brukere har innsikt i. Diffus håndtering av regler og praksiser gjør det vanskelig å operere som legitime aktører på sosiale plattformer.

Stadig nye og mer inngripende modereringstiltak og reguleringer på plattformene kan få negative konsekvenser for demokrati og ytringsfrihet, også i Norge. Ytringsfriheten er en grunnleggende demokratisk rettighet. Lovlige ytringer skal møtes med fri debatt, ikke begrensninger. Slike begrensninger og algoritmisk kontroll av ytringsfriheten kan føre til sensur, selvsensur og nedkjølingseffekt.<sup>71</sup> Dette er imidlertid en vanskelig debatt. Mange i samfunnet ønsker minst mulig regulering av de sosiale plattformene. Andre ønsker at de samme aktørene heller skal beskytte og regulere bruken på de samme plattformene. EU ønsker for eksempel strengere reguleringer og mer aktiv moderering av de sosiale plattformene. EU-kommisjonens president Ursula von der Leyen har i etterkant av utestengingen av Trump på Twitter (januar 2021) kommet med en oppfordring til USA om å samarbeide om globale regler for sosiale medier: «Forretningsmodellen til teknologiplattformene har stor innvirkning, ikke bare på fri og rettferdig konkurranse, men også demokratiene våre, vår sikkerhet, og informasjonskvaliteten vår.»<sup>72</sup>

Et dystopisk scenario er at utviklingen på amerikanske plattformer følger de kinesiske. I Kina har styresmaktene utviklet et digitalt overvåkningssystem som rangerer landets borgere etter hvordan de oppfører seg på både internett og i det offentlig rom. Det er en overvåkning som skjer gjennom avanserte adferdsanalyser av store data hentet fra sosiale medier koblet opp mot ansiktsgjenkjenningsteknologi fra overvåkningskameraer. Systemet er blitt kalt «the social credit system» – et digitalt diktatur med utestengelsesprosedyrer i en mer utstrakt form. Kinesiske myndigheter bruker systemet for å svarteliste innbyggere. De som ikke føyer seg etter visse regler, blir utestengt fra shoppe-apper, dating-apper og lignende. Dette er ikke helt ulikt det som skjedde i USA, hvor lignende praksiser ble etablert av Apple, Airbnb og Facebook. Trump-tilhengere ble utestengt fra å benytte Airbnb for å leie rom og å ytre seg på Facebook og Twitter.

I dette dystopiske fremtidsscenarioet kan vi forestille oss avanserte tillitsalgoritmer og overvåkningsstrategier for å stenge brukere ute. Det kan resultere i et algoritmevridt

samfunn der aktører blir utestengt basert på tillitsmål, poeng og sporingsdata over tid. Mulighetene er der. Algoritmer for utestengelse av brukere på bakgrunn av ytringer, tilhørighet og lignende kan bli en realitet. Mange Trump-tilhengere har opplevde dette, i morgen kan det være deg og meg.

## 4.9. Konklusjon

Vi lever i et algoritmevridde samfunn. Vi har algoritmer rundt oss hele tiden. De legger nye premisser og rammer for ytringsfrihet, normer og regler. Algoritmer velger ut informasjonen vi ser og relasjonene vi omgir oss med, dette får også konsekvenser for politisk påvirkning.

Algoritmer har makt og evnen til politisk påvirkning gjennom kuratering av innhold og sosiale nettverk i global skala. De nye portvokterne hjelper oss å sortere og ta valg i en tid med tilnærmet uendelig tilgang på innhold og informasjon. Samtidig er det flere mulige og uheldige konsekvenser ved utviklingen mot det algoritmevridde samfunnet. Algoritmene dytter oss mot det vi allerede liker, noe som kan få uheldige og utilsiktede konsekvenser. Samtidig er algoritmer og automatiske prosesser vanskelige å forstå. Menneskene mister oversikt og kontroll. Dette kan lede til politisk manipulering, polarisering, falske nyheter, overvåkning og utestenging. Til forskjell fra det mediavridde samfunnet benytter det algoritmevridde i økende grad teknikker som utnytter svakheter ved menneskets psykologi gjennom manipulasjon ned på individnivå. I det algoritmevridde samfunnet er offentligheten dels uredigert og global, noe som gjør at falske nyheter og polarisering kan nå langt og til mange.

Det er viktig at det opprettes en balanse mellom intelligente algoritmiske tjenester og menneskene, slik at makten til plattformene ikke blir for stor. Menneskene og samfunnet må derfor få innsikt i hvordan de viktigste algoritmene fungerer for dem. Forskningen og plattformene selv må fremover utvikle ny kunnskap om hvordan algoritmer kan gjøres forståelige og transparente for folk flest, slik at politisk påvirkning i et algoritmevridde samfunn kan bli mer åpen og ansvarlig. Samtidig trengs strengere regler og reguleringer for datainnsamling og personvern på de store plattformene slik at vi kan forhindre dystopiske scenarier som «the social credit system».

## Litteraturliste

Allcott, Hunt og Gentzkow, Matthew. «Social media and fake news in the 2016 election». *Journal of economic perspectives* 31, no. 2 (2017): 211-36. DOI: doi=10.1257/jep.31.2.211

- Alon Barkat, Saar og Busuioc, Madalina. «Policy-makers' Processing of AI Algorithmic Advice: 'Automation Bias' versus Selective Adherence». *arXiv:2103.02381*. 03.04.2021. URL: <https://arxiv.org/abs/2103.02381>
- Barret, Paul M. og Sims, Grant. *False Accusation: The Unfounded Claim that Social Media Companies Censor Conservatives*. New York: NYU Stern Center for Business and Human Rights, 2021.
- Berg Eriksen, Trond. *Budbringerens overtak*. Oslo: Universitetsforlaget, 1987.
- Blitzer, Ronn. 2021. «Trump returning to social media with 'his own platform' in 2-3 months: adviser.» *Fox News*. 21.03.2021. <https://www.foxnews.com/politics/trump-social-media-platform-return-adviser>
- Brandtzaeg, Petter B. «Det algoritmiske selvet: Identitet blant barn og unge på internett – før, nå og i fremtiden». I *Identitet*. Oslo: Voksne for barn, 2019.
- Brandtzaeg, Petter B., Pultier, Antoine og Moen, Gro M. «Losing control to data-hungry apps: A mixed-methods approach to mobile app privacy». *Social Science Computer Review* 37, no. 4 (2019): 466-488. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439318777706>
- Bucher, Taina. «The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms». *Information, Communication & Society* 20, no. 1 (2017): 30-44. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1154086
- Bucher, Taina. *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- Cabañas, José G., Ángel Cuevas, Aritz Arrate og Rubén Cuevas. «Does Facebook use sensitive data for advertising purposes?» *Communications of the ACM* 64, no. 1 (Januar 2021): 62-69. DOI: 10.1145/3426361
- Cosentino, Gabriele. «From pizzagate to the great replacement: The globalization of conspiracy theories». I *Social Media and the Post-Truth World Order: The Global Dynamics of Disinformation*, redigert av Gabriele Cosentino, 59-86. Cham: Springer, 2020.
- Datatilsynet. 2020. «Personvernundersøkelsen 2019/2020. Om befolkningens holdninger til personvern og kjennskap til det nye personvernregelverket». *Datatilsynet*. <https://www.datatilsynet.no/regelverk-og-verktoy/rapporter-og-utredninger/personvernundersokelser/personvernundersokelsen-20192020/>

- Epstein, Robert og Robertson, Ronald E. «The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections». *Proceedings of the National Academy of Sciences* 112, no. 33 (2015): E4512-E4521. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1419828112>
- Eslami, Motahhare, Aimee Rickman, Kristen Vaccaro, Amirhossein Aleyasen, Andy Vuong, Karrie Karahalios, Kevin Hamilton og Christian Sandvig. 2015. ««I always assumed that I wasn't really that close to [her]»: Reasoning about Invisible Algorithms in News Feeds». *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (April 2015): 153–162. DOI: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702556>
- Gerrard, Ysabel. «Beyond the hashtag: Circumventing content moderation on social media». *New Media & Society* 20, no. 12 (2018): 4492-4511. DOI: [10.1177/1461444818776611](https://doi.org/10.1177/1461444818776611)
- Grøtan, Tor O., Jannicke Fiskvik, Peter H. Haro, Per G. Auran, Bjørn M. Mathisen, Geir H. Karlsen, Melanie Magin, og Petter B. Brandtzæg. *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning: En analyse av det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 2019*. Rapport på oppdrag fra Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2020.
- Harari, Yuval N. *21 Lessons for the 21st Century*. New York: Random House, 2018.
- Harel, Tal O., Jameson, Jessica K. og Maoz, Ifat. «The normalization of hatred: Identity, affective polarization, and dehumanization on Facebook in the context of intractable political conflict.» *Social Media+ Society* 6, no. 2 (April 2020). DOI: [10.1177/2056305120913983](https://doi.org/10.1177/2056305120913983)
- Hernes, Gudmund. «Det media-vridde samfunn». *Samtiden*, no. 1 (1977): 1-14. URL: [https://www.researchgate.net/publication/311581308\\_Det\\_mediavridde\\_samfunn](https://www.researchgate.net/publication/311581308_Det_mediavridde_samfunn)
- Kantar. «Brand and trust in a fragmented news environment». *Reuters Institute for the Study of Journalism*. 2016. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/brand-and-trust-fragmented-news-environment>
- Karlsen, Geir H. «Hvordan kan vi beskytte valg mot fremmed påvirkning?» *Internasjonal Politikk* 79, no. 1 (2021): 90-113. DOI: <https://doi.org/10.23865/intpol.v79.2309>
- Kulturdepartementet. Ytringsfrihetskommisjonens mandat. 30.11.2019. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/mandat-for-ny-ytringsfrihetskommisjon/id2680563/>
- Lanier, Jaron. *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*. Random House, 2018.
- Laura Edelson, Nguyen, Minh-Kha, Goldstein, Ian, Goga, Oana, Lauinger, Tobias og McCoy, Damon. «Far-right news sources on Facebook more engaging.» *Cybersecurity for Democracy*.

- 03.03.2021. <https://medium.com/cybersecurity-for-democracy/far-right-news-sources-on-facebook-more-engaging-e04a01efae90>
- Ledwich, Mark og Zaitsev, Anna. «Algorithmic extremism: Examining YouTube’s rabbit hole of radicalization». *arXiv preprint arXiv:1912.11211*. 2019. URL: <https://arxiv.org/abs/1912.11211>
- Matuszewski, Paweł, og Szabó, Gabriella. «Are echo chambers based on partisanship? Twitter and political polarity in Poland and Hungary». *Social Media+ Society* 5, no. 2 (April 2019). DOI: 10.1177/2056305119837671
- Moe, Hallvard, Hovden, Jan Fredrik, Ytre-Arne, Brita, Figenschou, Tine Ustad, Nærland, Torgeir Uberg, Sakariassen, Hilde og Thorbjørnsrud, Kjersti. *Informerte Borgere?: Offentlig tilknytning, mediebruk og demokrati*. Oslo: Universitetsforlaget, 2019.
- NTB. «Ber USA tøyse sosiale medier.» *Journalisten*. 26.01.2021. <https://journalisten.no/angela-merkel-davos-eu-kommisjonen/ber-usa-toyle-sosiale-medier/445773>
- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.
- Plummer, Libby. «This is how Netflix’s top-secret recommendation system works.» *Wired*. 22.08.2017. <https://www.wired.co.uk/article/how-do-netflixs-algorithms-work-machine-learning-helps-to-predict-what-viewers-will-like>
- Robinson, Jessica Y. *Borderless Publics: Scandinavian participation in the 2016 American election via Twitter*. Master thesis. Universitetet i Oslo, 2018.
- Robinson, Jessica Y. 2020. «Skandinaver tvitret mer om USA-valget i 2016 enn russiske troll.» *Forskersonen*. 30.10.2020. <https://forskersonen.no/kronikk-meninger-politikk/skandinaver-tvitret-mer-om-usa-valget-i-2016-enn-russiske-troll/1764354>
- Sande, Øystein. «Klassikeren: Gudmund Hernes: ‘Det media-vridde samfunn’». *Norsk medietidsskrift* 7, no. 2 (2000): 139-144.
- Schuilenburg, Marc og Peeters, Rik. 2020. «Understanding the algorithmic society». I *The Algorithmic Society: Technology, Power, and Knowledge*, redigert av Marc Schuilenburg og Rik Peeters, 193. Taylor & Francis, 2020.
- Skjuve, Marita, and Petter Bae Brandtzaeg. 2020. «Facebook Live: A Mixed-Methods Approach to Explore Individual Live Streaming Practices and Motivations on Facebook». *Interacting with Computers* 31, no. 6 (2020): 589- 602. DOI: <https://doi.org/10.1093/iwc/iwz038>

- Solsman, Joan E. 2018. «YouTube's AI is the puppet master over most of what you watch.» *Cnet*. 10.01.2018. <https://www.cnet.com/news/youtube-ces-2018-neal-mohan/>
- Statista. «Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2020.» 2020. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Stjernfelt, Frederik, og Lauritzen, Anne M. «Facebook's Handbook of Content Removal». I *Your Post has been Removed: Tech Giants and Freedom of Speech*, redigert av Fredrik Stjernfelt og Mette Lauritzen, 115-137. Cham: Springer, 2020.
- Valdal, Anne-Kari, Wiencke, Hermann S., Dale, Chris, Tuastad, Svein, Holo, Trine, Røed, Willy og Sandal, Bjørg. *Sikkerheten i demokratiske prosesser i Norge: Utredning – valgprosessen*. Stavanger: Proactima AS, 2019.
- Vogels, Emily A., Perrin, Andrew og Anderson, Monica. 2020. «Most Americans Think Social Media Sites Censor Political Views.» *Pew Research Center*. 19.08.2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2020/08/19/most-americans-think-social-media-sites-censor-political-viewpoints/>
- Vosoughi, Soroush, Roy, Deb og Aral, Sinan. «The spread of true and false news online». *Science* 359, no. 6380 (2018): 1146-1151. DOI: 10.1126/science.aap9559
- Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, 2019.
- 
- <sup>1</sup> Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*.
- <sup>2</sup> Grøtan et al., *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning En analyse av det norske kommunestyre-og fylkestingsvalget 2019*.
- <sup>3</sup> Allcott og Gentzkow, «Social media and fake news in the 2016 election».
- <sup>4</sup> Grøtan et al., *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning*.
- <sup>5</sup> Kulturdepartementet, «Mandat for ny yringsfrihetskommissjon».
- <sup>6</sup> Ibid.
- <sup>7</sup> Bucher, *If... then: Algorithmic power and politics*.
- <sup>8</sup> Schuilenburg og Peeters, «Understanding the algorithmic society».
- <sup>9</sup> Bucher, *If... then: Algorithmic power and politics*.
- <sup>10</sup> Hernes, «Det media-vridde samfunn».
- <sup>11</sup> Sande, «Klassikeren: Gudmund Hernes: 'Det media-vridde samfunn'».
- <sup>12</sup> Berg Eriksen, *Budbringerens overtak*.
- <sup>13</sup> Moe, *Informerte borgere? Offentlig tilknytning, mediebruk og demokrati*.
- <sup>14</sup> Schuilenburg og Peeters, «Understanding the algorithmic society».
- <sup>15</sup> Grøtan et al., *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning*.
- <sup>16</sup> Harari, *21 Lessons for the 21st Century*.
- <sup>17</sup> Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*.
- <sup>18</sup> Karlsen, «Hvordan kan vi beskytte valg mot fremmed påvirkning?».
- <sup>19</sup> NTB, «Ber USA tøyte sosiale medier».
- <sup>20</sup> Alon Barkat og Busuioc, «Policy-makers' Processing of AI Algorithmic Advice: 'Automation Bias' versus Selective Adherence».

- 
- <sup>21</sup> Harari, *21 Lessons for the 21st Century*.
- <sup>22</sup> Solsman, «YouTube's AI is the puppet master over most of what you watch».
- <sup>23</sup> Plummer, «This is how Netflix's top-secret recommendation system works».
- <sup>24</sup> Bucher, «The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms».
- <sup>25</sup> Eslami et al., «I always assumed that I wasn't really that close to [her]» Reasoning about Invisible Algorithms in News Feeds».
- <sup>26</sup> Alon Barkat og Busuioc, «Policy-makers' Processing of AI Algorithmic Advice».
- <sup>27</sup> Lanier, *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*.
- <sup>28</sup> Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*.
- <sup>29</sup> Lanier, *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*.
- <sup>30</sup> Harari, *21 Lessons for the 21st Century*.
- <sup>31</sup> Valdøl et al., «Sikkerheten i demokratiske prosesser i Norge: Utredning – valgprosessen».
- <sup>32</sup> Ibid.
- <sup>33</sup> Hernes, «Det media-vridde samfunn».
- <sup>34</sup> Epstein og Robertson, «The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections».
- <sup>35</sup> Vogels, Perrin og Anderson, «Most Americans Think Social Media Sites Censor Political Views».
- <sup>36</sup> Kantar, «Brand and trust in a fragmented news environment».
- <sup>37</sup> Barrett og Sims, *False Accusation: The Unfounded Claim that Social Media Companies Censor Conservatives*.
- <sup>38</sup> Blitzer, «Trump returning to social media with 'his own platform' in 2-3 months».
- <sup>39</sup> Barrett og Sims, *False Accusation*.
- <sup>40</sup> Allcott og Gentzkow, «Social media and fake news in the 2016 election».
- <sup>41</sup> Hernes, «Det media-vridde samfunn».
- <sup>42</sup> Allcott og Gentzkow, «Social media and fake news in the 2016 election».
- <sup>43</sup> Edelson et al., «Far-right news sources on Facebook more engaging».
- <sup>44</sup> Vosoughi, Roy og Aral, «The spread of true and false news online».
- <sup>45</sup> Cosentino, «From pizzagate to the great replacement: The globalization of conspiracy theories».
- <sup>46</sup> Ledwich og Zaitsev, «Algorithmic extremism: Examining YouTube's rabbit hole of radicalization».
- <sup>47</sup> Grøtan et al., *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning*.
- <sup>48</sup> Ledwich og Zaitsev, «Algorithmic extremism».
- <sup>49</sup> Stjernfelt og Lauritzen, «Facebook's Handbook of Content Removal».
- <sup>50</sup> Harel, Jameson og Maoz, «The normalization of hatred: Identity, affective polarization, and dehumanization on Facebook in the context of intractable political conflict».
- <sup>51</sup> Matuszewski og Szabó, «Are echo chambers based on partisanship? Twitter and political polarity in Poland and Hungary».
- <sup>52</sup> Pariser, *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*.
- <sup>53</sup> Statista, «Number of monthly active Facebook users worldwide as of 4th quarter 2020».
- <sup>54</sup> Skjuve og Brandtzaeg, «Facebook Live: A Mixed-Methods Approach to Explore Individual Live Streaming Practices and Motivations on Facebook».
- <sup>55</sup> Robinson, «Borderless Publics: Scandinavian participation in the 2016 American election via Twitter».
- <sup>56</sup> Robinson, «Skandinaver tvtret mer om USA-valget i 2016 enn russiske troll».
- <sup>57</sup> Grøtan et al., *På leting etter utenlandsk informasjonspåvirkning*.
- <sup>58</sup> Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*.
- <sup>59</sup> Harari, *21 Lessons for the 21st Century*.
- <sup>60</sup> Brandtzaeg, Pultier og Moen, «Losing control to data-hungry apps: A mixed-methods approach to mobile app privacy».
- <sup>61</sup> Cabañas, «Does Facebook use sensitive data for advertising purposes?».
- <sup>62</sup> Ibid.
- <sup>63</sup> Brandtzaeg, «Det algoritmiske selvet: Identitet blant barn og unge på internett – før, nå og i fremtiden».
- <sup>64</sup> Harari, *21 Lessons for the 21st Century*.
- <sup>65</sup> Cabañas, «Does Facebook use sensitive data for advertising purposes?».
- <sup>66</sup> Datatilsynet, «Personvernundersøkelsen 2019/2020. Om befolkningens holdninger til personvern og kjennskap til det nye personvernregelverket».
- <sup>67</sup> Ibid.
- <sup>68</sup> Ibid.
- <sup>69</sup> Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*.
- <sup>70</sup> Gerrard, «Beyond the hashtag: Circumventing content moderation on social media».
- <sup>71</sup> Karlsen, «Hvordan kan vi beskytte valg mot fremmed påvirkning?».
- <sup>72</sup> NTB, «Ber USA tøyse sosiale medier».

---



