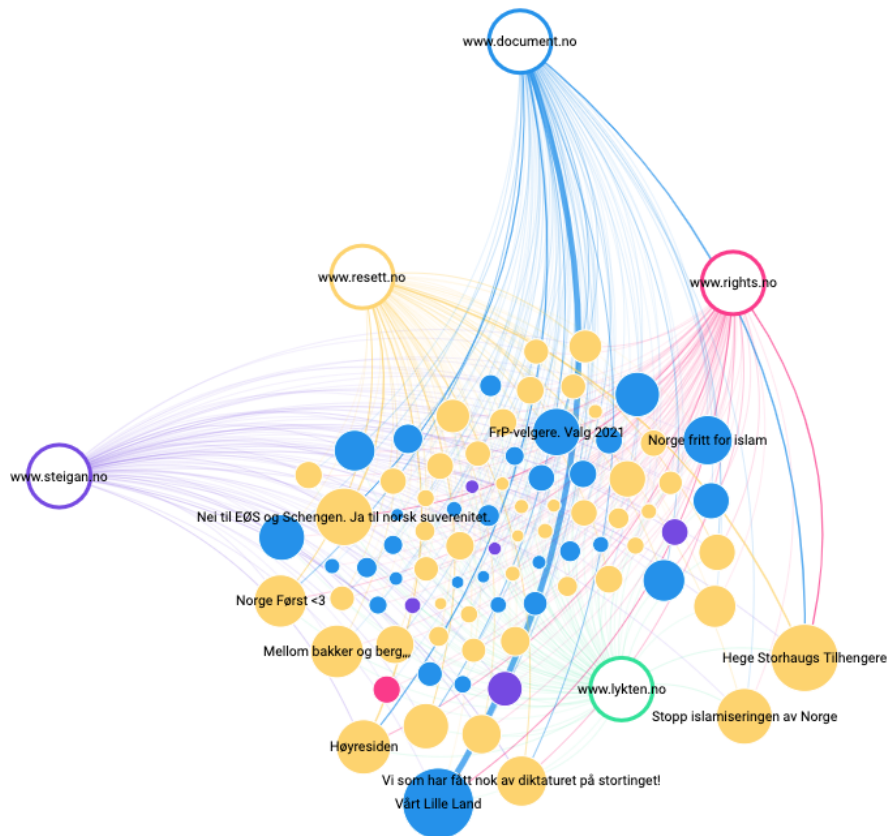


# DET NORSKE EKKOKAMMERET



**Faktisk.no**

*Innsender:*

Faktisk.no / Morten Langfeldt Dahlback / [morten@faktisk.no](mailto:morten@faktisk.no)

*Takk til:*

Silje S. Skiphamn, Kristoffer Egeberg, Karoline Andrea Ihlebæk, Øyvind Bugge Solheim, Nina Jankowicz, Birgitte Haanshuus, Håvard Lundberg og Analyse & Tall

*Oslo, 17. januar 2021*

<b>Innledning - problemstilling og organisering</b>	<b>3</b>
Alternative medier og offentligheten - hvordan arbeidet kom i gang	3
Som i USA, så i Norge	4
Strukturell journalistikk	5
<b>Metode</b>	<b>5</b>
Datagrunnlaget	5
Rensing av rådata	6
Nettverksvisualiseringen	7
Kategorisering av grupper og sider	9
<b>Funn</b>	<b>10</b>
Nettverket	11
Storhaug, SIAN og en anonym figur	12
En politisk påvirkningsoperasjon?	12
Alternative tilsvar og motstand	13
La leserne utforske selv	14
<b>Konsekvenser:</b>	<b>14</b>
<b>Appendiks 1: Hvordan klargjøre CrowdTangle-data til nettverksanalyse</b>	<b>16</b>
Hva du er ute etter	16
En oppskrift	17

## Innledning - problemstilling og organisering

### **Alternative medier og offentligheten - hvordan arbeidet kom i gang**

Fremveksten av såkalte alternative nyhetsnettsteder har satt tydelige spor i den norske offentligheten de siste årene. Felles for flere av disse er hvordan de selv bruker engasjementsmålinger fra det norske analyseverktøyet [Storyboard](#) som «bevis» på at de er større og viktigere enn såkalte «mainstream media».

Storyboard brukes av de fleste store medier til å måle hvilke saker som trender i sosiale medier, og leverer topplister i sanntid der både enkeltsaker, medier og blogger måles mot hverandre.

Som faktasjekkere har vi fulgt de alternative nyhetsnettstedene på daglig basis over flere år. Vi har latt oss overraske over det store engasjementet de skaper i sosiale medier, og ser at de jevnlig topper disse trendlistene.

Ved å analysere gjennomsnittlig engasjement per sak, har Faktisk.no [tidligere](#) kunnet avsløre at nettstedet som Rights.no og Document.no slår knockout på samtlige norske tradisjonelle mediehus. Rights.no har hvert år siden 2019 vært det nettstedet i Norge som skaper mest engasjement i sosiale medier i snitt. Med mellom to og tre ansatte, får Rights.no i snitt nesten ti ganger så mange kommentarer, delinger og likerklipp i sosiale medier på sine saker som VG.no har på sine. Det skjer til tross for at VG.no er landets suverent største nettavis.

Et annet eksempel er at Document.no fikk flere reaksjoner, kommentarer og delinger på sine artikler enn Aftenposten i både 2019 og 2020.

Skribenter hos Document og Rights.no har også i flere år dominert rangeringen på Nyhetsåret.no, som måler hvilke norske journalister og skribenter som oppnår mest engasjement i sosiale medier (merk at oversikten ikke inneholder alle medier). I [årets oversikt](#) har skribenter hos Rights.no og Document for eksempel seks av de ti øverste plassene.

Samtidig vet vi fra undersøkelser som [Reuters Digital News Report](#) og [Medietilsynets tillitsmåling for utvalgte medier](#), at alternative nyhetsnettsteder har lav tillit i befolkningen, og at bare et lite mindretall leser dem jevnlig. Disse undersøkelsene samsvarer dårlig med de løpende engasjementsmålingene hvor de ofte topper listene – faktisk så dårlig at vi lurte på hva som lå bak dette paradokset i den norske medie verdenen.

Siden disse nettstedene bidrar til å spre feilinformasjon i den norske, digitale offentligheten, ønsket vi å finne ut av hva som egentlig ligger bak det store engasjementet de skaper, og om mulig finne en forklaring på hvorfor det ikke gjenspeiles i medieundersøkelsene

Spørsmålet om hvordan sosiale medier påvirker det offentlige ordskiftet preger den internasjonale debatten om demokrati, ytringsfrihet og debattkulturen i stadig større grad. Med denne artikkelserien ønsket vi å bidra til en bedre forståelse av hvordan plattformer som

Facebook preger nettdebatten i Norge, og hvilke aktører som får drahjelp av algoritmene på slike plattformer til å spre sitt budskap.

### **Som i USA, så i Norge**

Artikkelserien «Det norske ekkokammeret» forsøkte å bygge opp en slik forståelse ved hjelp av kvantitativt og kvalitativt arbeid med åpne, digitale kilder. Hovedanalysen bygger på et datasett med 185 000 åpent tilgjengelige Facebook-innlegg, som til sammen mottok rundt 34 millioner reaksjoner, kommentarer og delinger.

Én journalist i redaksjonen har jobbet med denne analysen og serien våren 2021, med publisering sommeren 2021. Han har selv lært seg dataanalyse og -behandling i programmeringsspråkene R og Python for å bedre kunne nyttiggjøre seg av større datasett. Dette er det første store prosjektet hvor denne kompetansen virkelig ble satt på prøve.

Artiklene i serien dokumenterer at en sentral tendens som har blitt observert i andre land, særlig USA, også gjør seg gjeldende i Norge: mer ytterliggående publikasjoner og medier tjener i uproporsjonal grad på dynamikken på plattformer som Facebook. Vi undersøkte dette spørsmålet ved å kartlegge spredningen til de fem største alternative mediene i Norge:

- Document
- Rights.no
- Resett.no
- Steigan.no
- Lykten.no

Kort oppsummert fant vi at et «økosystem» av islamkritiske, nasjonalistiske og «systemkritiske» grupper forklarte det høye engasjementet alternative medier oppnår. Disse gruppene er i all hovedsak ideologisk ensartede, og fungerer både som ekkokamre og høyttalere for de alternative mediene, som i stor grad publiserer nasjonalistisk og islamkritisk innhold.

De alternative mediene er avhengige av dette økosystemet for å nå ut til sitt publikum i sosiale medier, og vi kartla gruppene det er snakk om ved hjelp av en nettverksanalyse.

Serien dokumenterer også at små miljøer kan prege debatten i sosiale medier i langt større grad enn størrelsen deres skulle tilsi, og at både politisk motiverte aktører som Stopp islamiseringen av Norge (SIAN) og enkeltpersoner som Hege Storhaug, kan få en definerende rolle i den digitale debatten. I tillegg fant vi ut at en anonym Facebook-bruker som har uttrykt støtte til 22. juli-terroristen styrte flere viktige Facebook-grupper.

Vi avdekket også at partiet Demokratene brukte grupper i det samme økosystemet til å spre sitt budskap i valgkampen.

Artikkelserien «Det norske ekkokammeret» består av tre artikler:

- [«Her er ekkokammeret som gjør alternative medier til virale vinnere»](#) (17/6/2021)
- [«SIAN sentrale i spredningen av innhold fra alternative medier»](#) (24/6/2021)

- [«Slik har Demokratene bygget seg opp på Facebook»](#) (3/9/2021)

Artiklene i serien er også vedlagt rapporten i .pdf-format.

### **Strukturell journalistikk**

Å dekke de digitale sidene av samfunnet fordrer en mer «strukturelt» orientert journalistikk. Påvirkningen plattformer som Facebook, Instagram eller Twitter har på samfunnet, er ofte summen av svært mange individers uavhengige handlinger, for eksempel tusenvis av innlegg, videoer, delinger, kommentarer og reaksjoner. Det er mønstrene som oppstår fra denne aktiviteten, sammen med måten en spesifikk plattform organiserer innholdet bruker ser, som til sammen former måten vi opplever den digitale debatten på.

For at vi og leserne skal forstå hvordan plattformer som Facebook, Instagram eller TikTok former samfunnet og samfunnsdebatten, må de overordnede mønstrene og dynamikkene plattformer legger til rette for, derfor gjøres synlige og forståelige.

«Det norske ekkokammeret» er et bidrag til utviklingen av denne typen journalistikk i Norge, og er, så vidt vi vet, den første norske artikkelen som bygger på en nettverksanalyse av den typen som brukes av forskere og journalister i blant annet USA for å kartlegge aktivitet og «sosiologiske» fenomener i sosiale medier.

Nettverksanalysen som er gjort her, kan tjene som eksempel for andre, beslektede prosjekter, bygget rundt andre spørsmål og andre datakilder. I **Appendiks 1** til denne metoderapporten ligger en kort beskrivelse av hvordan data av den typen vi benyttet, kan klargjøres til nettverksanalyse. Denne oppskriften vil forhåpentligvis være nyttig for flere journalister og prosjekter i fremtiden.

## **Metode**

Artikkelserien bygger på analyser av et datasett på nær 185 000 innlegg som til sammen mottok over 34 millioner reaksjoner, kommentarer og delinger. Dataene ble samlet inn ved hjelp av analyseverktøyet [CrowdTangle](#), et verktøy fra Facebook som er gratis tilgjengelig for de fleste norske journalister gjennom redaksjonene deres. Per i dag kan norske journalister og redaksjoner søke om tilgang til CrowdTangle.

Verktøyet brukes tradisjonelt av sosiale medier-avdelinger til å overvåke og måle hva som trender og hvordan eget innhold engasjerer eller spres på Facebook. Men de siste årene har CrowdTangle blitt et kraftfullt søkeverktøy egnet for undersøkende journalistikk, noe dette prosjektet er et eksempel på.

### **Datagrunnlaget**

CrowdTangle gir mulighet til å laste ned «historiske rapporter» som inneholder Facebook-innlegg som matcher en gitt søkestreng i .csv-format. Innleggene er toppinnlegg hentet fra offentlige grupper, offentlige Facebook-sider og verifiserte profiler som har blitt lagt til i CrowdTangle.

Da dataene som ligger til grunn for artiklene ble samlet inn, var en begrensning i CrowdTangle at antall rader i tabellene vi kunne trekke ut, var begrenset til 100 000 (denne begrensningen er i dag på 300 000 rader). For å omgå denne begrensningen, lastet vi ned separate .csv-rapporter for hver enkelt domene vi ville se på.

Tidsperioden vi valgte ut for den innledende analysen strakte seg fra 1. januar 2014 til 4. oktober 2020. Grunnen til at vi startet i 2014, er at dette er det tidligste året som er dekket av CrowdTangles database. Ingen av .csv-rapportene hadde mer enn 100 000 rader, noe som sannsynliggjør at datagrunnlaget var fullstendig (med unntak av innlegg som har blitt slettet før de ble indeksert i CrowdTangle).

Datasettet som dannet grunnlaget for de første analysene våre inneholdt omtrent 172 000 Facebook-innlegg, som til sammen hadde fått omtrent 31,5 millioner reaksjoner, kommentarer og delinger. Dette datasettet ble senere oppdatert, og det endelige datagrunnlaget inneholder rundt 185 000 innlegg som hadde fått omtrent 34 millioner interaksjoner.

Metoden som ble brukt til å gjennomføre analysen, ble beskrevet i et internt dokument i redaksjonen. Dette ble brukt til å gi andre journalister kompetanse i å rense og behandle store datasett fra CrowdTangle. I dag er metoden erstattet med en tilsvarende metode i Python (se **Appendiks 1**).

### Rensing av rådata

.csv-filene ble rensed ved hjelp av programmeringsspråket R, slik at datamaterialet kun omfattet innlegg som inneholdt lenker til nettsidene vi ville undersøke:

- Document.no
- Rights.no
- Resett.no
- Steigan.no
- Lykten.no

Hver rad i et datasett fra CrowdTangle viser ett enkelt Facebook-innlegg, med informasjon om når det er lagt ut, hva slags innlegg det er snakk om, hvor mange reaksjoner det har fått osv. Slik ser noen av kolonnene i et slikt datasett ut i RStudios visning:

Page Name	User Name	Facebook Id	Likes at Posting	Created	Type	Likes	Comments	Shares	Love
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-05-27 05:24:44 EDT	Link	21527	1117	2224	1157
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2017-03-24 10:10:23 EDT	Link	19136	1141	1693	1232
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-06-04 16:22:02 EDT	Link	11181	1241	2382	58
Document.no	Document.no	1.479692e+11	29327	2017-05-17 19:42:14 EDT	Link	11705	605	488	584
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-12-14 07:42:34 EST	Link	11063	965	474	720
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-09-14 18:18:34 EDT	Link	11349	856	454	581
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-11-29 14:08:56 EST	Link	10386	550	407	622
Document.no	Document.no	1.479692e+11	N/A	2016-07-06 18:00:47 EDT	Link	9140	518	1690	444

Siden CrowdTangle leverer nokså velordnede datasett, var rensearbeidet relativt enkelt. De mest sentrale operasjonene var å fjerne innlegg som ikke inneholdt lenker til nettsidene vi

ville undersøke og å konvertere de relevante tallene over til et format som tillot regneoperasjoner i R. Selv om dette er enkel kode, kan de være nyttige for andre journalister som vil bruke R til å oppsummere større datasett.

Merk at operasjonene under forutsetter at du har installert R-pakken **tidyverse**. Om du bruker RStudio, gjøres dette ved hjelp av følgende kommando:

```
library(tidyverse)
```

Et eksempel på en av operasjonene som ble viktige, var å konverterte tall fra **factor**- til **numerisk** format. Da måtte vi også fjerne malplasserte kommaer fra en del verdier, noe som ble gjort slik:

```
Mine_data$Total.Interactions=gsub("\\\\", "", Mine_data$Total.Interactions)
```

Deretter måtte vi konvertere fra faktor til numerisk, noe som krever en omvei via en konvertering til **streng** eller tekstformat:

```
Mine_data$Total.Interactions=as.numeric(as.character(Mine_data$Total.Interactions))
```

Ved å deretter slå sammen datasettene for hvert enkelt domene til en stor .csv-fil, hadde vi et datasett som kunne brukes til å konstruere et spredningsnettverk. Dette nettverket viser hvilke Facebook-grupper, -sider og verifiserte profiler som deler lenker til de alternative mediene.

I tillegg kunne vi bruke de aggregerte tallene til å se hvilke grupper og sider som skapte mest engasjement for hvert enkelt alternative medium, og hvilke som spilte den største rollen i nettverket vi kartla.

Vi brukte også R til å lage grunnleggende statistikk som blant annet kunne vise hvilke grupper og sider som skapte flest interaksjoner i nettverket. Dette ble også brukt til å definere størrelsen hver gruppe og side fikk i nettverksvisualiseringen vi beskriver i neste avsnitt.

Koden vi brukte for å lage en rangering av gruppene etter mengden engasjement de har skapt, ser slik ut (det varierer litt hva kolonnene heter, men syntaksen vil være den samme):

```
Rangering <- Mine_data %>%  
  group_by(Page.Name) %>%  
  summarise(Total.Interactions = sum(Total.Interactions)) %>%  
  arrange(desc(Total.Interactions))
```

### **Nettverksvisualiseringen**

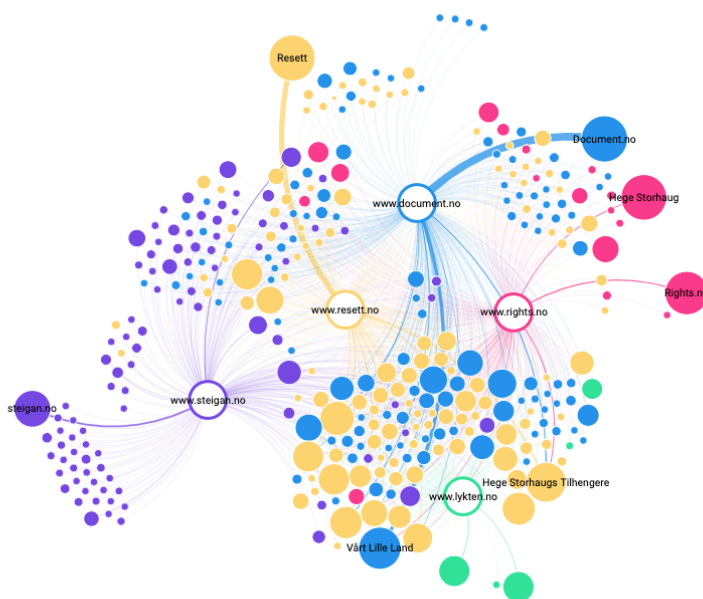
Vi mente det ville være viktig å kunne vise frem nettverket og alle sammenhengene i de innhentede dataene visuelt og interaktivt. For å få til dette med begrensede utviklerressurser

internt, samarbeidet vi med Analyse & Tall. De hjalp oss med selve visualiseringen av nettverket ved hjelp av Gephi og sigma.js.

Kort forklart fungerer visualiseringen slik: Et nettverk består av «nodes» som bindes sammen av «edges». I dette tilfellet er nodene Facebook-sider og grupper, som har «edges» til hvert av nettstedene vi har undersøkt, der hver edge er en deling av en lenke til det aktuelle nettstedet. Størrelsen på hver node er gitt ved hvor mange interaksjoner de har generert på lenker til nettstedene vi har sett på.

Tykkelsen på en «edge» til et av nettstedene er på sin side gitt ved hvor mange lenker til det aktuelle nettstedet som er blitt delt i Facebook-gruppen eller siden.

Nodenes plassering i nettverket er basert på hvilke nettsteder de deler mest fra. Det vil si at grupper og sider som har lignende delingsmønstre, havner tett på hverandre. I tillegg er nodene fargelagt ut fra hvilket nettsted de deler flest lenker fra. Det resulterende nettverket, som viser alle Facebook-grupper og -sider som har skapt mer enn 100 interaksjoner for et alternativt medium, ser slik ut:



Plasseringen av nodene blir gjort ved hjelp av algoritmen [Force Atlas 2](#). Dette er ikke en deterministisk algoritme, noe som vil si at det ikke finnes én bestemt representasjon av alle nodene i nettverket. Nettverket vil med andre ord se litt forskjellig fra kjøring til kjøring av algoritmen.



Kort fortalt starter algoritmen med å plassere alle nodene på et tilfeldig sted. Deretter ser den på i hvilken grad hver node «tiltrekker» og «frastøter» seg andre noder, og leter etter en optimal plassering av hver node.

Resultatet er et nettverk av den typen du kan se i våre artikler.

Denne visualiseringen ga oss i seg selv et kraftfullt verktøy for videre analyse og arbeid, ettersom den gir muligheten til å oppdage og se nye sammenhenger ved å følge strengene i datasettet fra node til node.

### **Kategorisering av grupper og sider**

Vi bygget også opp et kategorisystem som skulle gjøre nettverket mer informativt. Hensikten med kategoriseringen var å synliggjøre hvordan gruppene i nettverket hadde forskjellige politiske, ideologiske eller andre egenskaper.

Vi valgte å bruke brede kategorier, noe som har som konsekvens at grupper som ikke nødvendigvis fremstår som tett beslektet til å havne i samme kategori. For eksempel er både organisasjonen «Ex-Muslims of Norway» og Stopp islamiseringen av Norge regnet som «islamkritiske» i vårt kategorisystem, selv om det er klare forskjeller mellom disse to organisasjonene.

Det betyr at kategoriene i nettverket må regnes som en indikasjon på hvilken profil gruppene har, ikke en endelig fasit.

Vi landet til slutt på følgende sett av kategorier:

- **Nasjonalistisk:** Grupper der de mest populære innleggene – eller en hovedvekt av innleggene – handler om bevaring av den tradisjonelle nasjonalstaten, beskyttelse av det som oppfattes som den etniske majoritetsbefolkningen, økt grensekontroll og lignende.
- **Islamkritisk:** Grupper der de mest populære innleggene – eller en hovedvekt av innleggene – er kritiske til islam og/eller muslimer. Både grupper som er kritiske til selve religionen islam og grupper der kritikken rettes mot muslimer som gruppe er inkludert i denne kategorien,
- **Systemkritisk:** Grupper der de mest populære innleggene – eller en hovedvekt av innleggene – fremmer generell mistillit til myndighetene, samfunnsinstitusjoner og etablert vitenskap, særlig vaksiner. Grupper som sprer kjente konspirasjonsteorier tilhører denne gruppen.
- **Politisk:** Grupper som har et klart politisk formål eller samler debatter om politikk. Inkluderer grupper som fronter organisert aktivisme, for eksempel mot vindkraftutbygging.
- **Politiker/politisk parti:** Grupper som tilhører individuelle politikere eller partier som stiller valglistene.
- **Klimaskeptisk:** Grupper som fremmer kritikk av etablert klimavitenskap og/eller forneker eksistensen av menneskeskapt klimaendring.
- **Generell:** Grupper uten en klar politiske eller ideologisk profil, for eksempel generelle diskusjonfora.

Ved å legge til disse kategoriene i nettverket vårt, blir det mulig for brukerne – og oss – å undersøke hvilke alternative nyhetsnettsteder som skapte mest engasjement i nasjonalistiske grupper, systemkritiske grupper, politiske grupper og så videre.

### **Sammenligning med Storyboard**

I motsetning til CrowdTangle, som bare samler «offentlig» engasjement innlegg og lenker mottar, viser tjenesten Storyboard interaksjoner fra både offentlige og lukkede grupper og sider, samt fra delinger på privatpersoners Facebook-profiler.

For å undersøke hvilken betydning nettverket vi hadde identifisert faktisk hadde hatt for spredningen av innhold fra alternative nyhetsnettsteder i sosiale medier, kunne vi derfor sammenligne tall fra Storyboard med tallene fra CrowdTangle. Vi valgte å gjøre dette på flere måter:

- Ved å se på andelen av det samlede engasjementet nettverket sto for hver måned i løpet av perioden 1/1/2017 til 1/12/2020. Selv om våre data fra CrowdTangle strekker seg tilbake til 2014, begynner Storyboards data først i 2017.
- Ved å se på andelen nettverket sto for i hele den samme perioden.
- Ved å se på andelen nettverket sto for på én enkelt dag eller uke nettstedene selv hadde fremhevet som en publikumssuksess.

Her fant vi til dels store variasjoner mellom de forskjellige nettstedene. Likevel hadde de det til felles at gruppene vi hadde identifisert sto for godt over halvparten av det totale engasjementet - i noen tilfeller opp mot 70 prosent i løpet av et år.

## **Funn**

Ved hjelp av metodene beskrevet over, fant vi raskt ut at det digitale nettverket rundt de aktuelle alternative nyhetsnettstedene domineres av islamkritiske og nasjonalistiske Facebook-grupper, i tillegg til grupper som er kjent for å spre konspirasjonsteorier, blant annet om vaksiner og covid-19.

Analysene viste at de alternative mediene Document.no, Rights.no, Resett.no og Lykten.no i stor grad er avhengig av nettverket for å generere engasjement rundt artiklene sine. Også Steigan.no får mye spredning i nettverket, men er i tillegg koblet på et sett av mer venstreorienterte grupper.

Ved å se nærmere på gruppene som skilte seg ut i nettverket, viste analysen at en av de mest sentrale av dem er styrt av personer med tilknytning til den islamfiendtlige organisasjonen Stopp islamiseringen av Norge (SIAN), mens en annen er administrert av en anonym Facebook-profil som har uttrykt støtte til 22. juli-terroristen.

### **Nettverket**

Den kvantitative analysen avdekket flere interessante forhold. Det mest sentrale var at nettverket vi kartla, faktisk spilte en helt sentral rolle i å spre innhold fra alternative nyhetsnettsteder.

Spesifikt fant vi at grupper med mellom 45 000 og bare noen få hundre medlemmer kunne ha et aktivitetsnivå som førte til at alternative nyhetsmedier skapte et engasjement som målte seg med store, etablerte medier med et langt større publikum. Kort oppsummert: målt i Facebook-engasjement, er hundre mennesker som deler, liker og kommenterer hundre ganger, verdt like mye som ti tusen dedikerte lesere.

92 prosent av alle reaksjoner, kommentarer og delinger i datamaterialet vårt kom fra islamkritiske, nasjonalistiske og systemkritiske grupper (se metodekapittel for en beskrivelse av kategorisystemet vi benyttet).

Sammenligninger med data fra tjenesten StoryBoard viste også at Document, Rights.no og Resett hentet alle over halvparten av alt engasjement de fikk fra sosiale medier i perioden 2017-2020, fra grupper i nettverket vi kartla. For Rights.nos del dreide det seg om over 75 prosent, mens Document og Resett hentet henholdsvis over 60 prosent og like over 50 prosent.

Med andre ord var det tydelig at de tre største alternative mediene i stor grad var avhengige av det «økosystemet» vi hadde kartlagt for å få fart og spredning på innholdet sitt.

Vi kunne også dokumentere hvilke Facebook-grupper som var størst, og hvor mye engasjement de hadde bidratt med. Deler av oversikten kan sees i tabellen under (de alternative mediens egne Facebook-sider er utelatt):

Facebook-side	Antall interaksjoner
Hege Storhaug	4689157
Vårt Lille Land	1755426
Hege Storhaugs Tilhengere	1149347
Nei til EØS og Schengen. Ja til norsk suverenitet.	448451
Stopp islamiseringen av Norge	377239
Høyresiden	330014
APs Rikskringkasting	286462
Mellom bakker og berg,,,	285179
Norge Først <3	273392
Ordeterminn	270976
Folkebevegelsen mot innvandring	269094
Vi som har fått nok av diktaturet på stortinget!	225618

### **Storhaug, SIAN og en anonym figur**

For å få et bilde over hva slags grupper nettverket består av, gjorde vi over tid manuelle analyser av innholdet som ble lagt ut i gruppene. I tillegg gikk vi gjennom historikken til moderatorene og administratorene.

Vi identifiserte hvilke grupper vi ville se på ved å velge ut de gruppene og sidene som skapte mest engasjement for de alternative mediene samlet sett, med unntak av disse mediens offisielle Facebook-sider. Gjennomgangen ble delvis gjort manuelt, ved å finne ut hvem som styrte gruppene, hvilke av gruppene de styrer, og hva slags koblinger de har til andre miljøer. Dette gjør man ved å gå inn i oversikten over medlemmene og se hvem som er administrator.

Vi fant at over halvparten av alt engasjementet rundt innhold fra Rights.no stammet fra Hege Storhaugs offisielle Facebook-side. Denne siden har for eksempel mye større betydning for å skape engasjement rundt nettstedets artikler enn Facebook-siden «Rights.no» som administreres av nettstedet selv.

Gruppen «Hege Storhaugs tilhengere» spiller også en viktig rolle i nettverket, både for Rights.no og andre alternative medier. Gruppen var administrert av nestlederen i organisasjonen Stopp Islamiseringen av Norge (SIAN). Hun var i sin tid også grunnlegger av det høyre-radikale Selvstendighetspartiet, som i dag er en del av Demokratene.

Vår analyse har avdekket at SIAN spiller en sentral rolle i de alternative nyhetsnettstedenes økosystem, både ved at personer tilknyttet organisasjonen administrerer flere viktige grupper, og ved at organisasjonens egne sider på Facebook bidrar med en betydelig andel av engasjementet disse nettstedene oppnår. Dette er et interessant funn med tanke på hvordan en gruppe med tilsynelatende marginal oppslutning har fått voldsom stor oppmerksomhet rundt sine egne markeringer de siste årene, der de tidligere i stor grad ble forbigått i stillhet.

Vi fant også at grunnleggeren av sentrale grupper som «Høyresiden» og en «støttegruppe» for USAs tidligere president, Donald Trump, var en anonym profil som gikk under navnet «Jens Engelsen Gabrielsen». Denne profilen hadde blant annet uttrykt forståelse for 22. Juli-terroristens «samfunnsanalyse».

Vi gikk også gjennom de mest populære innleggene i gruppene vi omtaler. Dette ble gjort ved hjelp av CrowdTangle-uttrekk fra 1. januar 2019 til 1. desember 2020.

### **En politisk påvirkningsoperasjon?**

Arbeidet med artiklene i denne serien innebar kontinuerlig overvåking av flere Facebook-grupper. En av de viktigste gruppene i nettverket vi kartla, var «Nei til EØS og Schengen. Ja til norsk suverenitet.»

Denne gruppen var lenge preget av konspirasjonsteorier, og gjennom tidligere undersøkelser hadde vi avdekket at de over 8000 medlemmene skapte mer engasjement enn alle Erna Solbergs 200 000 følgere på Facebook til sammen. Den har også spilt en viktig rolle i å spre feilinformasjon om koronapandemien og vaksiner.

«Nei til EØS og Schengen...» var opprinnelig styrt av privatpersoner. Men ettersom vi satt på alle dataene, og kunne følge den historiske utviklingen innlegg for innlegg, kunne vi se at en tydelig utvikling etter i midten av februar 2021. Da ble moderatorteamet byttet ut med en trio

av personer med tilknytning til partiet Demokratene, nærmere bestemt medlemmer av styret i Demokratene i Oslo.

Ved å summere antall innlegg i gruppen som enten *nevnte* eller *lenket til* Demokratene i løpet av denne perioden, oppdaget vi at gruppen etterhvert ble brukt aktivt som kommunikasjonskanal for Demokratene. Om lag en femtedel av innleggene lenket til partiets nettsider, ofte ledsaget av oppfordringer om å melde seg inn.

Selv om Demokratene etter alt å dømme ikke oppnådde stort i dette valget gjennom denne innsatsen, kanskje på grunn av oppmerksomheten (og fordømmelsen) våre avslørende saker fikk i dette miljøet), peker forsøket likevel i retning av at det finnes miljøer i det norske samfunnet som er sårbare for politiske påvirkningsoperasjoner.

I forbindelse med arbeidet beskrevet over avdekket vi også at journalisten Rebecca Mistereggen i Document produserte artikler for nettstedet, inkludert om politikk, samtidig som hun stilte til valg for Demokratene i Nordland, Troms og Finnmark. Det ble ikke opplyst om dette i Documents artikler.

### **Alternative tilsvar og motstand**

I arbeidet med artiklene opplevde vi gjennomgående at redaktører og andre talspersoner i de alternative mediene unnlot å kommentere våre funn. I stedet for å besvare våre henvendelser, publiserte Document.no, Rights og Steigan.no i stedet en rekke artikler og kommentarer som gikk til angrep på vår serie spesielt, og på Faktisk.no generelt.

Rights [omtalte](#) artiklene som «demonisering av høyresiden» og «varm bæsje i kram snø», mens Steigan.no-redaktør Pål Steigan [beskrev](#) redaksjonen i Faktisk.no slik:

*Skal vi tro dem på deres ord, er de bare etterretningsagenter på gateplan, eller leiesoldater i informasjonskrigen, hvis vi skal holde oss til Facebooks militære sjargong. De leverer data og analyse videre oppover i kjeden. Kanskje er de menige soldater i denne krigen, men de deltar i den med hjertens lyst. Og de hjelper Facebook med å undertrykke folk og meninger.*

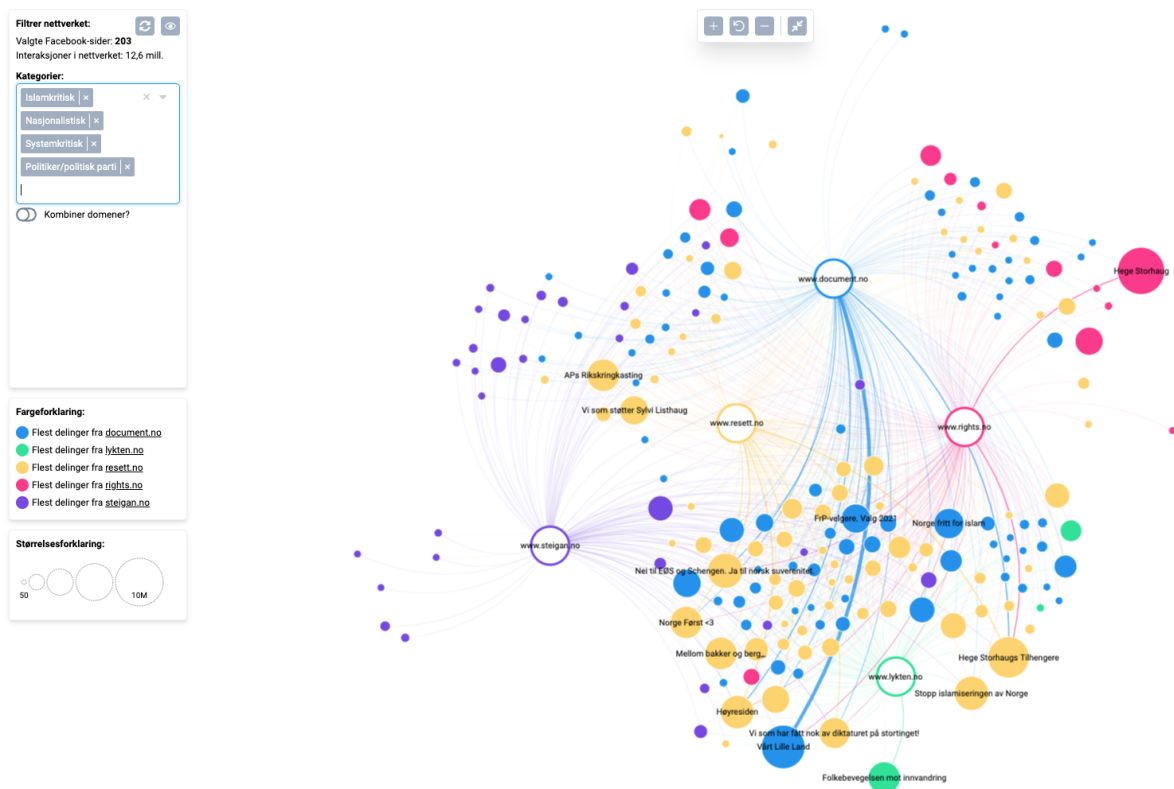
Mens Document-redaktør Hans Rustad [skrev](#) følgende:

*Er faktisk.no farlig? Isolert sett ikke. Men de er del av en mye større sammenheng. Hvis vi ser hvilke medier som eier den og hvilke den er koblet opp mot – Facebook og den velvilje faktisk.no nyter hos politiske myndigheter, ser vi konturene av en mektig allianse som er vendt mot ytringsfriheten og frie grupper.*

Det var kun Resett-redaktør Helge Lurås som var villig til å kommentere sakene våre på trykk.

### **La leserne utforske selv**

Nettverket inneholder langt mer informasjon enn det vi valgte å omtale i artiklene som ble publisert på Faktisk.no. Vi publiserte derfor en [interaktiv versjon](#) av nettverket på en egen landingsside, slik at leserne kunne utforske forbindelser selv, og filtrere nettverket etter flere forskjellige parametere:



Her kan hvem som helst for eksempel se hvordan nettverkene til forskjellige alternative medier overlapper, utforske den «islamkritiske» delen av nettverket eller finne ut hvilke politikere som deler saker fra alternative medier på sine offisielle Facebook-sider.

## Konsekvenser

Artikkelserien om det norske ekkokammeret nådde ut til mange lesere, ikke minst ved at de ble embeddet og viderepublisert av flere andre medier. Vi er gjort kjent med at artiklene har vakt oppsikt og interesse fordi det er den første analysen av denne typen i Norge som bekrefter dynamikken man har sett i USA og andre land. Serien har fått stor oppmerksomhet organisasjoner og institusjoner som er avhengige av ekspertise knyttet til å forstå hva som rører seg under overflaten i sosiale medier, samt i sentrale politiske miljøer.

Det samme gjelder hos de alternative nyhetsnettstedene selv. At artiklene til deres skaper mer engasjement i sosiale medier enn mange store og etablerte medier, har lenge vært blant deres viktigste argumenter for at de når ut til «det brede lag» av befolkningen. At en slik idé om en majoritet som ikke ytrer seg i den tradisjonelle offentligheten, men deler og kommenterer saker i sosiale medier og andre, mer private fora, har vært sentralt i de alternative mediernes selvforståelse, ble tydelig bekreftet av den tidligere Document- og Rights.no-skribenten Halvor Foslis [innlegg i Vårt Land](#). Innlegget beskrev blant annet tjenesten Storyboard som en «husgud»:

*Særlig i Rights.no fremsto Storyboard som selve «husguden», og gode plasseringer der ble møtt med intern jubel. Saker ble også skrudd til med tanke på at de skulle*

*«gå godt» i sosiale medier (i den grad at det gikk ut over min integritet som ansatt ved en par anledninger).*

*Problemet er nemlig at det er den samme fangruppen som deler tekstene hele tida. De er Tordenskiolds soldater. Derfor har jeg har skrevet i noen sammenhenger at Document og Rights ikke når utover menigheten sin. Men menigheten er engasjert og trofast, og gir mye tilbake til «ledelsen» i form av ros og delinger.*

Responsen fra de alternative mediene på våre artikler viste tydelig at de traff et ømt punkt. Vi viste at engasjementet de skaper ikke stammer fra noen majoritet, men tvert i mot fra et lite og tett sammenvevd miljø av likesinnede, som skaper høye engasjements-tall ved å «kaste» seg over enhver artikkel med likerklikk, kommentarer og delinger. At vi kunne dokumentere det så entydig som vi gjorde, var en stor trussel mot de alternative nyhetsmedienes selvforståelse.

En [fersk oversikt](#) fra Web64, selskapet bak tjenesten Storyboard, viser også at engasjementet de alternative nyhetsnettstedene skaper i sosiale medier, har avtatt det siste året. Det er selvsagt umulig å slå fast noen klar årsakssammenheng mellom våre artikkelserie og denne tendensen, men det kan heller ikke utelukkes at våre artikler – som tross alt ble viderepublisert flere steder – har økt publikums bevissthet om hvilke kilder de deler videre og hvilke Facebook-grupper de deltar i.

I slutten av september mistet Human Rights Service, organisasjonen som driver Rights.no, statsstøtten den hadde mottatt siden 2005. Statsstøtten hadde lenge vært omdiskutert, og vi så flere eksempler på at også våre avsløringer ble brukt som argument for at støtten burde revurderes. Hva som var tungen på vektskålen, er ikke godt å si, men artiklene våre bidro uten tvil til å belyse og dokumentere tidligere ukjente forhold rundt Rights.nos suksess i sosiale medier, som tross alt er nettstedet desidert viktigste distribusjonskanal. Spesielt kunne vi vise at nettstedet i all hovedsak appellerer til et lite miljø som fortrinnsvis er aktivt i sosiale medier, og at Facebook-grupper styrt av SIAN-aktivister er sentrale i Rights.nos suksess på plattformen.

*Oslo, 17. januar 2021*

## Appendiks 1: Hvordan klargjøre CrowdTangle-data til nettverksanalyse

Artikkelserien om det norske ekkokammeret er bare ett eksempel på hva journalister kan bruke nettverksanalyse til. Denne metoden kan for eksempel brukes til å vise frem koblinger mellom alle slags aktører, fra politikere og selskaper til idrettsutøvere og sponsorer – og for den saks skyld trafikkkflyt og andre fenomener der forskjellige «punkter» kobles til hverandre.

Dette appendikset gir en kort innføring i hvordan du kan klargjøre data slik at de kan brukes i nettverksanalyse-verktøy som [Gephi](#) eller [NetworkX](#), med eksempler fra programmeringsspråket Python (hvis du ikke har for mye data, kan du også bruke Google Sheets eller Excel). Koden er skrevet av undertegnede, og kan garantert forbedres, strømlinjeformes og strammes opp på en rekke punkter. Vi bruker CrowdTangle-data som utgangspunkt for eksempelet, og forsøker å finne koblinger mellom **lenker** og **Facebook-grupper** og **-sider**.

### Hva du er ute etter

For å visualisere et nettverk i et verktøy som Gephi, må du lage én tabell som inneholder alle «nodene» i nettverket (punktene det kan være forbindelser mellom) og én tabell som inneholder alle «edges» (alle forbindelsene mellom nodene).

Målet er å ha to tabeller som ser slik ut (kolonnenavnene er påkrevd av Gephi, andre analyseverktøy og -bibliotek stiller ikke samme krav):

<b>Id</b>	<b>Label</b>
Node1	Navn_node1
Node2	Navn_node2

Tabellen over er en «nodeliste», som definerer hvilke noder som er med i nettverket og hva de heter. Merk at det er valgfritt å ha med «Label»-kolonnen. Denne kan imidlertid være nyttig for å gi hver node i nettverket et navn, slik at du kan se hvilke noder som er knyttet til hverandre.

Tabellen under er en «edge-liste» som definerer alle forbindelsene mellom noder i nettverket. Her er Node1 («Source») forbundet med Node2 («Target»). Dette vil representeres som en linje som forbinder nodene i en nettverksgraf.

<b>Source</b>	<b>Target</b>
Node1	Node2
Node2	Node1



## En oppskrift

For å gjøre dette i Python, må du først importere databehandlingsbiblioteket **pandas**. Før du bruker koden under, bør du også bruke "metoden" `.describe` for å finne ut hva kolonnene i dataene dine heter.

Vi begynner med å importere pandas og laste inn dataene vi vil bruke fra en nedlastet .csv-fil i en «dataframe» vi kaller **df**:

```
import pandas as pd

df = pd.read_csv('/Users/mortendahlback/Downloads/2021-12-10-12-40-33-CET-search-csv-export.csv')
```

Deretter henter vi ut de elementene vi trenger for å lage en liste over **noder** i nettverket. Da trenger vi den unike id-en til alle FB-sider og -grupper, navnet på hver gruppe og side, og alle lenkene som har blitt delt.

```
#Lag dataframe til nettverksanalyse
fb_netttverk = pd.DataFrame()
fb_netttverk['Id'] = df['Facebook Id']
fb_netttverk['Label'] = df['Page Name']
fb_netttverk['Link'] = df['Link']
```

Deretter bruker vi denne dataframen til å lage en liste over alle noder i nettverket. Siden vi må bruke to forskjellige kolonner fra den opprinnelige dataframen (lenker og Facebook-iden til grupper og sider) for å få en fullstendig nodeliste, må de lages separat og så slås sammen ved hjelp av **pd.concat**:

```
#Lag nodeliste
fb_netttverk_nodelist1 = pd.DataFrame()
fb_netttverk_nodelist2 = pd.DataFrame()
fb_netttverk_nodelist1['Id'] = fb_netttverk['Id']
fb_netttverk_nodelist1['Label'] = fb_netttverk['Label']
fb_netttverk_nodelist2['Id'] = fb_netttverk['Link']
fb_netttverk_nodelist = pd.concat([fb_netttverk_nodelist1, fb_netttverk_nodelist2])
fb_netttverk_nodelist.drop_duplicates(inplace=True)
```

For å ikke få mange kopier av samme node, bruker vi også **drop\_duplicates** for å fjerne alle dupliserte noder. Dermed er nodelisten ferdig.

Når nodelisten er klar, lager vi en tabell som inneholder alle forbindelser mellom nodene («edges»). Vi er her ute etter forbindelser mellom Facebook-grupper og -sider og lenker. En gruppe eller side er **forbundet** med en lenke ved at lenken blir delt i et innlegg i gruppen

eller på siden. Ettersom hver rad i tabellene fra CrowdTangle viser hvilken lenke som er delt og i hvilken gruppe eller side, er det en smal sak:

```
#Lag edgeliste
fb_netttverk_edgelist = pd.DataFrame()
fb_netttverk_edgelist['Source'] = fb_netttverk['Id']
fb_netttverk_edgelist['Target'] = fb_netttverk['Link']
```

Nesten ferdig: det siste vi skal gjøre er å eksportere dataframene vi har konstruert til .csv-filer vi kan bruke for å utføre nettverksanalyser:

```
fb_netttverk_nodelist.to_csv('fb_nodes.csv')
fb_netttverk_edgelist.to_csv('fb_edges.csv')
```

De to .csv-filene du nå har laget, kan brukes av visualiseringsprogrammer som Gephi og i biblioteket NetworkX.