

Analyse

2. juli 2018

Begræns incitamenterne til at skabe falske nyheder – og støt de sande

Af Regitze Wandsøe-Isaksen, Kristine Vasiljeva, Mikael Andersen og Frederik Lando

Hvad er falske nyheder og misinformation? Er falske nyheder og misinformation et problem i Danmark? Og hvis det er, hvordan kan man så reducere effekten af falske nyheder og misinformation? Det besvarer vi i det følgende.

- Falske nyheder definerer vi i det følgende som nyheder, der bevidst er verificerbart falske og spredt med henblik på at vildlede modtageren. Konkret viser vores undersøgelse, at 35 pct. af danskerne mener, at de ofte eller nogle gange ser nyheder, som er opdigtede. 56 pct. mener, at de ofte eller nogle gange ser nyheder, som har faktuelle fejl.
- Blandt løsningsforslagene til bekæmpelsen af falske nyheder er bl.a. oprettelsen af enheder, der skal identificere falske nyheder, kobling af mediestøtte med anmeldelse til Pressenævnet, udbredelsen af digitale medielæsefærdigheder, aktiv bekæmpelse af falske nyheder på de sociale medier og mærkning af kvalitetsnyheder.
- Selvom falske nyheder er problematiske, er der også en række nyheder, som kan være mere problematiske og sværere at udrydde – nemlig nyheder som misrepræsenterer fakta, men som ikke er direkte verificerbart falske – såkaldt misinformation. I Danmark forventes misinformation bl.a. at føre til dødsfald, som kunne have været undgået såfremt danske piger ikke var blevet misinformeret om bivirkningerne ved HPV-vaccinen.
- Effekterne af misinformation forventes at kunne reduceres igennem bl.a. større tilgængelighed af korrekt information og fx fagnævn som kan formidle korrekt information og gøre korrekt information let tilgængelig.

Kontakt

Senioranalytiker
Regitze Wandsøe-Isaksen
Tlf. 31404252
E-mail reg@kraka.org

Ledende økonom, PhD
Kristine Vasiljeva
Tlf. 23939327
E-mail kri@kraka.org

1. Hvad er falske nyheder og misinformation?

Falske nyheder	Falske nyheder – eller såkaldt fake news – har de seneste år været meget omtalt som et stort problem, bl.a. fordi sådanne nyheder kan være undergravende for demokratiet eller på anden måde betyde, at folk ikke træffer beslutninger i egen interesse.
Definition af falske nyheder	Falske nyheder definerer vi i det følgende som nyheder, der bevidst er verificerbart falske og spredt med henblik på at vildlede modtageren. Et eksempel på en sådan nyhed var nyheden om, at Pave Francis under 2016-valget i USA støttede Donald Trumps præsidentielle kandidatur. Denne nyhed blev delt mere end én million gange på Facebook uden en disclaimer om, at den kom fra en satire-hjemmeside – og derfor blev den af mange nyhedsmotagere vurderet som faktisk korrekt. ¹
Hvorfor opstår det?	Der er flere motiver til at sprede falske nyheder. Det kan fx være en del af en politisk kampagne, det kan være noget folk gør for sjov, eller det kan være noget, man gør for at få trafik på sin hjemmeside og derigennem en økonomisk gevinst. I grove træk er årsagerne til at sprede falske nyheder: <ul style="list-style-type: none"> - for sjov, inklusiv såkaldt "trolling" - propaganda/magtkamp - webtrafik/penge.²
Trolling	Trolling betegnes i Hendricks og Vestergaard (2017) som værende onlineadfærd, der bevidst har til formål at fremprovokere forargelse eller vrede hos den, der bliver troll'et. Hvis udført med succes, får troll'en opmærksomhed og udstiller offeret.
Propaganda	Et eksempel på falske nyheder brugt i en form for magtkamp kan fx findes ifm. det amerikanske præsidentvalg i 2016. Her blev det i et tweet, målrettet Hillary Clintons vælgere, meddelt, at man kunne undgå køen ved at stemme over SMS. Det kunne man imidlertid ikke (Hawkins, 2016).
Webtrafik	Et eksempel på falske nyheder brugt til at opnå webtrafik og herigennem økonomisk berigelse er en historie om, at Johanne Schmidt-Nielsen var fundet død. ³ Denne type af falske nyheder bringes for at opnå øget webtrafik, hvilket kan give anledning til højere indtægter fra reklamer, der oftere bliver set. ⁴
Falske nyheder er ikke hele problemet	Falske nyheder er problematiske. Der er imidlertid også en række nyheder, som kan være mere problematiske og sværere at udrydde – nemlig nyheder som misrepræsenterer fakta, men som ikke er direkte verificerbart falske – her omtalt som misinformation.
Definition af misinformation	Misinformation definerer vi i det følgende som misrepræsentation af fakta, der fremstilles som objektive kendsgerninger. Denne kategori indbefatter således også nyheder, som er vinklet eller fordrejet i en bestemt retning – men som fremstår som værende objektive. Misinformation efter vores definition kan både være bevidst eller ubevidst. Bevidst er her forstået som, at afsenderen ved, at informationen er fordrejet i en bestemt retning. Ubevidst er omvendt forstået som, at afsenderen selv tror, at han eller hun giver en objektiv repræsentation af fakta. Misinformation kan være særligt svært at bekæmpe, da man i begrænsningen af denne kan komme i konflikt med ytringsfriheden.
Gråzoner	Der kan herudover være gråzoner, hvor direkte falske nyheder og misinformation overlapper. Fx kan der være nyheder, som er fordrejede – og som kan verificeres som værende delvist falske. I det følgende forsøger vi imidlertid så vidt muligt at holde de to typer nyheder adskilt, da de kræver forskellige løsninger.
Udviklingen i "nyhedsmix" kan føre til større effekter	Fælles for falske nyheder og misinformation er, at gennemslaget og dermed effekterne af dem kan være blevet større over tid. Det skyldes, at ud af den samlede nyhedsmængde er andelen af journalistisk behandlede nyheder faldet. Det betyder, at den enkelte skal bruge mere tid og flere kræfter

¹ Eksempel og definition af falske nyheder er inspireret af Allcott og Gentzkow (2017).

² Se yderligere beskrivelse heraf i Hendricks og Vestergaard (2017).

³ Danmarks Radio (2017).

⁴ Eksempelvis kan man igennem Googles AdSense tjene penge på antallet af reklameklik på sin hjemmeside med mellem 1-60 kr. pr. klik, se Google Support (2018) og Webglide (2013).

på at opnå samme informationsniveau som tidligere. Hvis man fastholder sin "nyhedslæsningsindsats" vil man altså opnå et lavere informationsniveau. Konsekvensen bliver, at nyhedsbrugeren opnår et lavere faktisk korrekt informationsniveau og er i risiko for at få en fordrejet eller direkte forkert virkelighedsopfattelse.⁵

2. Falske nyheder

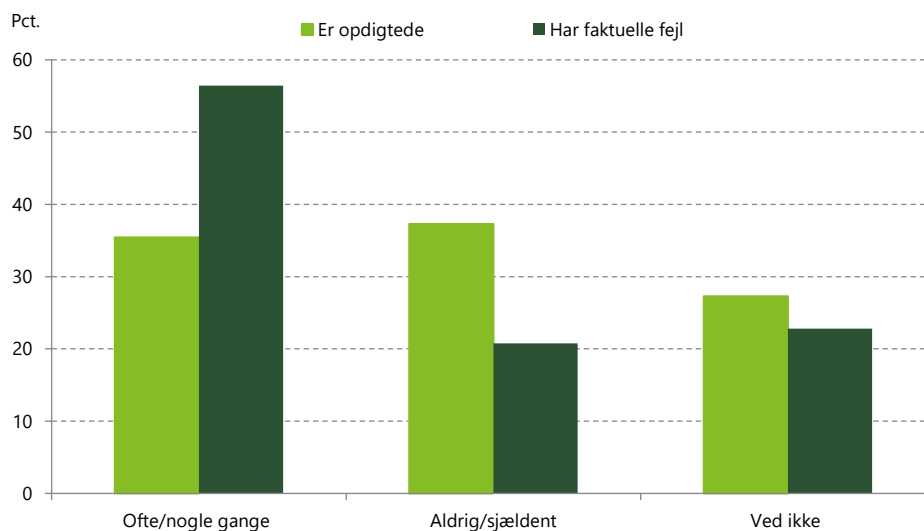
Omfanget af falske nyheder i udlandet

14 pct. af amerikanerne siger, at sociale medier var deres vigtigste kilde til nyheder i forbindelse med 2016-valget. Det kan være bekymrende, da falske nyheder ofte bliver udbredt netop på sociale medier og ofte spreder sig hurtigere end sande nyheder (Vosoughi m.fl., 2018). Ud af de falske nyhedshistorier, der blev publiceret i de tre måneder op til valget, var de kilder, som favoriserede Trump, delt 30 mio. gange på Facebook. De falske nyhedshistorier, som favoriserede Clinton, blev delt 8 mio. gange. Den gennemsnitlige voksne amerikaner så omkring én falsk nyhedshistorie i månederne op til valget. Omkring halvdelen af de personer, som kunne huske, at de havde set dem, troede på dem (Allcott og Gentzkow, 2017).⁶

Omfanget af falske nyheder i Danmark

For at afdække omfanget af direkte falske nyheder i Danmark har vi foretaget en omfattende spørgeskemaundersøgelse blandt mere end 3.000 respondenter. Undersøgelsen viser, at 35 pct. af danskerne mener, at de ofte eller nogle gange ser nyheder, som er opdigtede. 56 pct. mener, at de ofte eller nogle gange ser nyheder, som har faktuelle fejl, jf. Figur 1. Niveauerne i USA er nogenlunde de samme, hvor man i USA dog kun har spurgt til politiske nyheder, jf. Barthel m.fl. (2016), mens der i vores undersøgelse for Danmark er spurgt til alle nyheder. Figuren dækker primært omfanget af falske nyheder – men jf. tidligere kan der også være et overlap mellem falske nyheder og misrepræsentation.

Figur 1 Andel af danskerne som mener, de ser nyheder, der er opdigtet eller har faktuelle fejl



Anm.: Datagrundlaget for analysen er 3.074 respondenter fra Epinions webpanel. Stikprøven er repræsentativ på køn, alder, partivalg ved folketingsvalget i 2015, uddannelse og landsdel. I stikprøven frasorteres respondenter, der har brugt meget lidt tid på at svare på spørgeskemaet eller har svaret "Ved ikke" på en stor del af spørgeskemaet.
Kilde: Spørgeskemaundersøgelse foretaget af Epinion for Kraka-Deloitte.

Deling af falske nyheder

Herudover viser Barthel m.fl. (2016), at 14 pct. af amerikanerne deler falske politiske nyheder velvidende, at nyhederne er falske. Dette er i mindre grad tilfældet i Danmark, hvor kun op mod 10 pct. af danskerne deler falske nyheder af politiske årsager, selvom de ved, at disse nyheder er falske, jf. Altinget (2018).

⁵ Se **Fejl! Henvisningskilde ikke fundet.** for en simpel model for medieforbrug.

⁶ Se yderligere gennemgang af omfanget og effekterne af falske nyheder i Tabel 1.

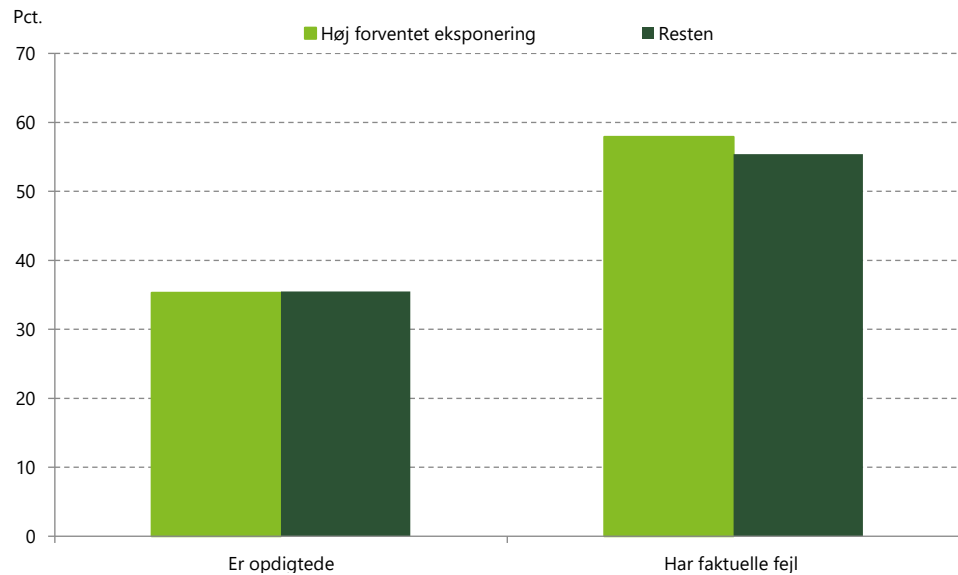
Nogle grupper kan forventes at være mere eksponeret ...

... dette ses dog ikke i DK

Omfanget af falske nyheder er forskelligt på tværs af forskellige grupper af amerikanske Twitter-brugere, jf. Hjorth og Adler-Nissen (2018).⁷ Konkret finder de en ideologisk asymmetri i eksponeringen over for falske nyheder. Sandsynligheden for eksponering for falske nyheder går således fra 7 pct. for de mest venstreorienterede til 45 pct. for de mest højreorienterede.

I Danmark findes der imidlertid ingen signifikant forskel i tilbøjeligheden til at se hverken opdigtede nyheder eller nyheder med faktuelle fejl mellem personer, som stemte på et blått parti og resten af danskerne, jf. Figur 2.⁸ Ud fra danskernes egen vurdering er der således ingen tegn på, at der i Danmark findes en sammenhæng mellem politisk tilhørsforhold og eksponering for falske nyheder.

Figur 2 Er det særlige grupper, der eksponeres for falske nyheder?



Anm.: Se Figur 1 for yderligere beskrivelse af datagrundlag til analysen. "Høj forventet eksponering" er defineret som personer, der ved folketingsvalget i 2015 stemte på et blått parti – defineret som Det Konservative Folkeparti, Liberal Alliance, Kristendemokraterne, Dansk Folkeparti eller Venstre.

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse foretaget af Epinion for Kraka-Deloitte.

Enhed, der skal identificere falske nyheder

Men hvad kan man gøre for at mindske produktionen, spredningen og troen på falske nyheder? Et sted at starte er at få identificeret hvilke nyheder, der er falske – omend det kan være svært. I Danmark er der konkret blevet oprettet en enhed på to-tre årsværk under Udenrigsministeriet, der har til formål at stoppe misinformation fra Rusland, jf. Kjær (2017). Enheden skal hjælpe medier, ambassader og befolkningen i Danmark med at afkode misinformation ved aktivt at gå ind og aflive decideret falske historier – og derigennem forhåbentligt mindske spredningen af disse.⁹

Sociale medier kan aktivt bekæmpe falske nyheder

Et andet tiltag, der kan være med til at begrænse spredningen af decideret falske nyheder, er, at brugere af sociale medier bliver informeret, når de er ved at dele en falsk nyhed. Facebook har allerede implementeret en sådan løsning sammen med forskellige andre tiltag til bekæmpelsen af falske nyheder.¹⁰ Det er dog centralt, at man fra statslig side sikrer, at de sociale medier, som fungerer som nyhedsdistributører, aktivt bekæmper spredningen af decideret falske nyheder – fx ved brancheaftaler på europæisk niveau.

⁷ I Hjorth og Adler-Nissen (2018) måles konkret eksponeringen over for disinformation, forstået som falsk information, som er skabt for at vildlede læseren. Disinformation overlapper således i høj grad med vores definition af falske nyheder, da det er intentionelt og verificerbart falsk.

⁸ Det skal bemærkes, at vurderingen af, om man ser falske nyheder, er selvrapporeret resultaterne skal derfor fortolkes med forsigtighed.

⁹ EU har ligeledes oprettet en enhed til at bekæmpe falske nyheder fra Rusland. Enheden går aktivt ind og afkræfter falske nyheder fra russiske nyhedsstationer. Enheden har siden efteråret 2015 identificeret og samlet over 3.800 misinformationstilfælde, jf. EU vs. Disinfo (2018).

¹⁰ Blandt Facebooks tiltag er, at Facebooksiders, som gentagne gange deler falske nyheder, mister deres mulighed for at reklamere. Derudover vil Facebook give sine brugere flere redskaber til at identificere falske nyheder, jf. Facebook (2018).

Kobling af mediestøtte og anmeldelse til Pressenævnet

Et redskab til bekæmpelsen af falske nyheder er, at medierne skal leve op til god presseskik, da god presseskik bl.a. indebærer, at man som medie bringer korrekt information.¹¹ Selvom de fleste danske medier er underlagt den såkaldte medieansvarslov og derfor skal overholde de vejledende regler for god presseskik,¹² er hjemmesider som fx politiken.dk eller b.dk ikke automatisk underlagt medieansvarsloven, før de anmelder sig til Pressenævnet.¹³ En måde at sikre, at denne type nyhedskilder også skal leve op til god presseskik er ved at koble mediestøtte sammen med et krav om anmeldelse til Pressenævnet.¹⁴

Sænk screeningsomkostninger for den enkelte bruger

Selv hvis medier, der får mediestøtte skal anmelder sig til Pressenævnet vil der stadigvæk være nyhedskilder, som ikke har anmeldt sig til Pressenævnet. Det betyder, at den enkelte nyhedsbruger selv skal bruge tid på at undersøge, om det enkelte medie er underlagt medieansvarsloven. For at lette den enkelte nyhedsbrugers screening imellem sådanne nyhedskilder, kan man indføre en mærkningsordning, hvormed onlinemedier, mediers sider på sociale medier og lignende signalerer om de har anmeldt sig til Pressenævnet eller ej – og således skal overholde reglerne for god presseskik.

Udbredelse af digitale medielæsefærdigheder

På trods af lavere screeningsomkostninger og flere medier, der skal overholde medieansvarsloven, kan det imidlertid stadigvæk være svært helt at undgå, at falske nyheder når ud til den enkelte nyhedsbruger. Derfor er det centralt, at man samtidigt mindsker effekterne af falske nyheder, fx ved at færre tror på dem. Det kan bl.a. gøres ved at undervise nyhedsbrugere i digitale læsefærdigheder, således, at den enkelte nyhedsbruger får evnerne til at tænke kritisk og således lettere kan sondre mellem sande og falske nyheder.^{15,16}

3. Misinformation

Eksempel på effekt af misinformation i Danmark

Udfordringen er i nogen grad en anden med misinformation. Misinformation i Danmark har imidlertid haft betydelige konsekvenser, og det er derfor centralt at forholde sig til, hvordan man begrænser effekterne heraf. Konkret har Hansen og Schmidtlaicher (2018) undersøgt effekten af TV 2-dokumentaren "De Vaccinerede Piger – Syge og Svigtede". I dokumentaren fik de negative effekter af HPV-vaccinen højere vægt end, der er forskningsmæssig konsensus om, at de bør have. Det betød en lavere HPV-vaccineringsgrad end tidligere. Konkret forventes dette at føre til 93 tilfælde af livmoderhalskræft og 25 dødsfald for årgangen 2003, som kunne have været undgået, hvis denne gruppe piger var blevet vaccineret.¹⁷

Sværere at reducere misinformation ...

Selvom effekterne af misinformation kan være betydelige, kan det være svært at begrænse spredningen og effekterne af misinformation. For én ting er at straffe medier, der fx ikke overholder medieansvarsloven. Noget andet er udfordringerne for ytringsfriheden, når man ser på nyheder, der er drejet i en bestemt retning eller er partiske – dvs. nyheder, som falder under vores definition af misinformation. For så kan et forhold være rigtigt for den ene, men ikke for den anden.

... men ikke desto mindre er det vigtigt

Derfor er det vigtigt, at brugerne bliver i stand til at filtrere faktisk objektiv viden fra misinformation. Det kan dels gøres igennem udbredelsen af digitale læsefærdigheder jf. ovenfor – men også i form af bredt tilgængelig, korrekt information.

¹¹ Se <http://www.pressenaevnet.dk/god-presseskik/>.

¹² Den trykte presse samt radio- og tv-stationer, som har dansk sendetilladelse, er uden videre omfattet af medieansvarsloven, jf. Pressenævnet (2018). Hvis et medies indhold og handlemåde ikke er i overensstemmelse med god presseskik, så kan man klage til Pressenævnet, såfremt mediet har indgivet anmeldelse til Pressenævnet.

¹³ Overtrædelser af medieansvarsloven kan bl.a. betyde, at Pressenævnet pålægger redaktøren af et medie at offentliggøre nævnets kendelse, når der udtales kritik, jf. <http://www.pressenaevnet.dk/faeldede-kendelser/>.

¹⁴ Regeringen lægger i et lovforslag op til at gennemføre det sidstnævnte, således at man for at få mediestøtte skal tilmeldes Pressenævnet – også hvis man er et onlinemedie, jf. Ritzau (2018).

¹⁵ I den danske regerings strategi for cyber- og informationsikkerhed er der lagt op til, at man i Danmark igangsætter en samlet indsats, som giver børn og unge digitale læsefærdigheder, jf. Regeringen (2018). Ikke desto mindre er det centralt, at voksne også opnår sådanne kompetencer.

¹⁶ Se yderligere gennemgang af mulige løsninger i Tabel 2.

¹⁷ Se yderligere gennemgang af omfanget og effekterne af misinformation i Tabel 1.

Tilgængelighed af korrekt information er centralt ...

Markedet vil imidlertid ikke selv producere det optimale niveau af faktisk korrekt information om fx vacciner, klimaudfordringer eller politiske kandidater. Det skyldes, at i det øjeblik viden er offentliggjort, er det ikke muligt at afholde andre fra at tilgå den, jf. Andersen (2004). Hvis en avis igennem lang tids gravearbejde har produceret en præcis og dybdegående artikel om et givent emne, er det let for andre at videregive denne information, når først artiklen er offentliggjort. Derfor er det ikke muligt at sikre det optimale niveau af faktisk korrekt information, medmindre det direkte eller indirekte bliver offentligt finansieret. Det kan fx være igennem mediestøtten eller igennem tilskuds- eller skatteregler, at private aktører tilskyndes til at producere faktisk korrekt information.

... og fagnævn som kan formidle korrekt information

For at fange den enkelte nyhedsbrugers interesse kan det imidlertid stadigvæk forekomme, at nyheder misrepræsenterer den seneste forskning på området – som fx i tilfældet med TV 2-dokumentaren om HPV-vaccinen. En måde at komme sådanne problemer til livs er ved, at staten sikrer, at det er nemt for den enkelte nyhedsbruger at tilgå aktuel forskningsbaseret information. Det kunne fx være igennem oprettelsen af en række nævn, der har til formål at indsamle og formidle faktisk korrekt viden fra deres fagområder med en armlængde til regering og folketing – fx inden for fagområderne sundhed, samfundsøkonomi, miljø og klima.¹⁸ Det vigtigste er dernæst, at det bliver nemt for den enkelte nyhedsbruger at tilgå disse nævns viden. Det kunne fx være igennem en informationsportal, man som nyhedsbruger let kan tilgå, og som samler links mv. fra de oprettede nævn, og ved at nævnene proaktivt kommunikerer igennem forskellige nyhedsplatforme.¹⁹

¹⁸ Der findes allerede en række enheder, der har denne karakter, fx De Økonomiske Råd, der dog i modsætning til det foreslåede selv udarbejder analyser og ikke har til formål at kommunikere viden direkte til befolkningen.

¹⁹ Se yderligere gennemgang af mulige løsninger i Tabel 2.

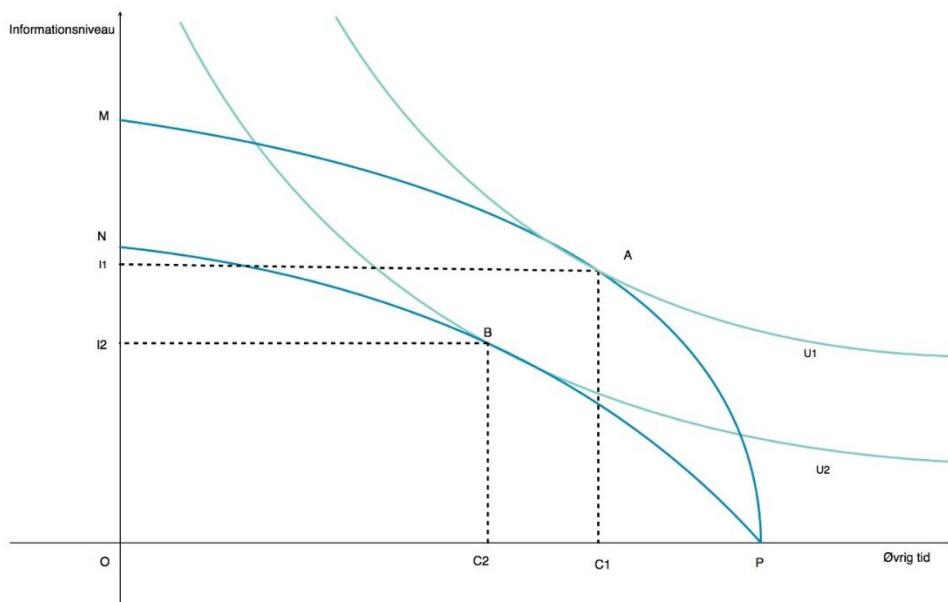
4. Bilag

Boks 1 En simpel model for medieforbrug

Nedenstående figur illustrerer en simpel model for medieforbrug: Hver forbruger skal træffe et valg om, hvor meget tid og hvor mange kræfter vedkommende skal bruge på at screene nyheder for, om de er troværdige eller ej. Mere tid forbrugt på at gennemskue, om nyheder er troværdige, fører til et højere informationsniveau (mere sand viden, mindre falsk information), men det tager tid og kræfter fra andre gøremål. Nyttefunktionen er illustreret ved kurverne U_1 og U_2 , hvor førstnævnte er bedst.

Initialt er forbrugerens muligheder illustreret ved produktionsfunktionen M, og forbrugeren vælger det mix af god information og øvrig tid, som giver den højeste nytte (pkt. A). Hvis mediebildet ændrer sig på en måde, hvor man skal bruge mere tid og flere kræfter på at opnå samme informationsniveau, svarer det til, at produktionsfunktionen skifter nedad til N. Forbrugeren vil da vælge at få et lavere informationsniveau (gå fra I_1 til I_2), og samtidig bruge mere tid på at screene nyheder og dermed få mindre øvrig tid (c_1 til c_2). Der er således et velfærdstab forbundet med skiftet, som stammer fra både lavere informationsniveau og øget tidsforbrug til at sortere i nyhederne.

Hvis screening af nyheder kan gøres billigere for forbrugeren, fx ved en "varedeklaration" eller øvrige kvalitetsmål, kan en sådan varedeklaration fungere som et offentligt gode. Når først "varedeklarationen" er produceret, kan alle bruge den, og den mindsker tidsforbruget til screening for den enkelte. Et sådant offentligt gode vil for den enkelte rykke produktionsfunktionen opad, fx tilbage til den initiale situation. Produktionen af et sådant offentligt gode vil være velfærdsforbedrende, hvis de samlede velfærdsgevinster for forbrugerne overstiger produktionsomkostningen.

Figur 3 Simpel model for medieforbrug

Kilde: Egen opstilling.

Konsekvensen af dette er, at for en given ændring i nyhedsmixet, vil faldet i produktionsfunktionen være højere for personer med store screeningsomkostninger, og dermed vil informationsniveauet falde mere for disse personer. Den simple model peger på, at et offentligt gode, som afhjælper screeningsomkostninger vil have ekstra store effekter for unge og personer med lav uddannelse.

Tabel 1 Eksposering og effekt af falske nyheder og misinformation

Forfatter (år)	Resultat	Land	Metode
Hjorth og Adler-Nissen (2018)	De finder en ideologisk asymmetri i eksponeringen over for falske nyheder: Konservative individer er mere udsat for falske nyheder end liberale individer.	USA: Data fra amerikanske Twitter-brugere benyttes til at belyse, hvem der er mest eksponeret for misinformation.	De benytter Twitter-data fra USA til at undersøge sammenhængen mellem politisk overbevisning, og hvor eksponeret den enkelte Twitterbruger er for pro-russisk misinformation om styrket af MH17 i Ukraine i 2014. Beregningerne er foretaget for amerikanske modtagere af de analyserede tweets.
Howard m.fl. (2017)	De finder, at franske brugere af sociale medier i perioden omkring det franske præsidentvalg i 2017 delte relativt mange links af høj kvalitet, ift. hvad tyske og amerikanske brugere har gjort under lignende omstændigheder.	Frankrig: Twitter-data fra franske brugere.	De benytter et datasæt bestående af ca. 842.000 opslag fra Twitter. Ved brug af hashtags associeret med de franske præsidentkandidater undersøges relevante opslag og links.
Hansen og Schmidtblaicher (2018)	De finder en reduktion i HPV-vaccine-compliance efter mediedækning, som associerede denne vaccine med seriøse bivirkninger. Konkret ses, at en enkelt TV2-dokumentar havde den største indflydelse på andelen af piger, der har fået en HPV-vaccine. Den faldt fra omkring 95 pct. til lige over 30 pct. umiddelbart efter TV 2-dokumentaren.	Danmark: Dansk HPV-vaccinationsdata.	Konkret benyttes i artiklen en tidsserie-model for tidsvariationen i, hvor mange der får en vaccine, på danske data for HPV-vaccine. Variationen i denne tidsserie benyttes til at identificere events, som med høj sandsynlighed har ført til pludselige ændringer i hvor mange, der fik vaccinen.
Kalogeropoulos og Newman (2017)	De finder forskelle i andelen af personer, der kan huske, hvor de har fået en nyhed fra. Personer, der får deres nyheder gennem sociale medier og fra søgninger, husker i langt mindre grad kilden ift. personer, der har den direkte fra hjemmesiden. Desuden finder de, at unge (18-24 år) i dobbelt så høj grad husker kilden som gamle (55+ år), hvis begge grupper har fået nyheden på sociale medier.	Storbritannien: Data om britiske internetbrugere.	De benytter et YouGov-panel til at spore 6.811 aktive, britiske internetbrugeres internethistorik således, at nyhedshistorier, de har læst, kan identificeres. Senere udspørges nogle af disse brugere, om de kan huske, hvordan de fandt udvalgte nyhedshistorier (fx fra søgning eller sociale medier), og hvor de læste disse (fx BBC eller The Guardian).
Barthel m.fl. (2016)	De finder, at 64 pct. af amerikanerne mener, at falske nyheder skaber en stor mængde forvirring vedr. basale fakta om aktuelle begivenheder. 39 pct. føler sig meget overbeviste om, at de kan identificere falske nyheder. 23 pct. siger, at de har delt en falsk nyhedshistorie. 32 pct. siger, at de ofte ser politiske nyheder, der er komplet opdigtede, imens 51 pct. siger, at de ofte ser politiske nyheder online, der er upræcise. Til slut mener 45 pct., at regeringen har et stort ansvar for at stoppe falske nyheder.	USA: Stikprøve af amerikanere.	Undersøgelsen er baseret på en Pew Research Center spørgeundersøgelse fra 2016, der udspørger 1.002 voksne amerikanere om deres holdninger vedr. falske nyheder.

Kilde: Egen opstilling.

Tabel 2 Reduktion af falske nyheder og misinformation

Forfatter (år)	Resultat	Land	Metode
Roozenbeek og van der Linden (2018)	De finder foreløbig evidens for, at uddannelsesmæssige spil kan være et lovende redskab til at gøre personer mere resistente over for falske nyheder.	Holland	Elever bliver tildelt en rolle, hvor de skal præsentere den samme falske nyhed fra hver sin vinkel. Elever, der havde spillet, blev mere skeptiske over for nyheder end dem, der ikke havde.
Allcott og Gentzkow (2016)	De finder, at sociale medier, reklamenetværk og andre platforme allerede aktivt forsøger at mindske forbrugernes eksponering for misinformation. Fx fjerner både Google og Facebook hjemmesider med falske nyheder fra deres reklameplatforme.	USA	De undersøger omfanget af falske nyheder i forbindelse med det amerikanske præsidentvalg i 2016, og de opsummerer eksisterende tiltag ift. reduktion af omfanget af falske nyheder.
Bode og Vraga (2015)	Resultatet er, at når relaterede historier korrigerer en Facebookpost, som indeholder misinformation, reduceres fejlopfattelser signifikant.	-	I artiklen undersøges, hvilken rolle sociale medier kan have i at korrigere misinformation. Konkret testes en ny Facebook-funktion, som giver relaterede links, når brugerne klikker på et link på Facebook. Konkret foretager de to eksperimentelle undersøgelser – en med amerikanske universitetsstuderende og en med deltagere fra Amazons Mechanical Turk.
Lazer, m.fl. (2017)	Der foreslås forskellige veje til reduktionen af falske nyheder. Bl.a. at brugere får information om, at bestemte nyheder er falske.	-	Løsningsforslag opstilles på baggrund af en litteraturgennemgang. Litteraturen består af papirer, der beskriver omfanget af falske nyheder, hvordan falske nyheder påvirker mennesker psykologisk, og hvordan falske nyheder spredes.
van der Linden (2017)	De finder, at man igennem forebyggende advarsler kan beskytte den offentlige holdning til videnskabelig konsensus.	USA: Stikprøve af amerikanere.	De udfører et eksperiment, hvor de opdeler deltagerne i 6 grupper. De 6 grupper bliver spurgt om deres holdning til emnet "klimaforandringer er menneskeskabte". Herefter præsenteres nogle af grupperne for forskellige artikler, der understøtter eller/og modsiger udsagnet. Få af grupperne advares mod misinformation generelt, og én advares specifik mod en bestemt, falsk artikel. Til slut sammenlignes opfattelsen til emnet på tværs af grupper efter behandling.

Kilde: Egen opstilling.

5. Litteraturliste

- Allcott, H. og Gentzkow, M. (2017). "Social media and fake news in the 2016 election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), s. 211–236.
- Altinget (2018). *Ny forskning: Mange danskere deler 'fake news' for at omstyrte samfundet.* <https://www.altinget.dk/artikel/ny-forskning-mange-danskere-deler-fake-news-for-at-omstyrte-samfundet>.
- Andersen, P. (2004). "Forskning, uddannelse, offentlige goder og eksternaliteter". *Samfundsøkonomen*, 2, s. 25-29.
- Barthel, M., Mitchell, A., og Holcomb, J. (2016). *Many Americans Believe Fake News is Sowing Confusion.* <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>.
- Bode, L. og Vraga, E.K. (2015). "In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media". *Journal of Communication*, 65(4), s. 619–638.
- Danmarks Radio (2017). *Johanne Schmidt-Nielsen blev erklæret 'død'. Nu har retten tildelt hende 75.000 kroner.* <https://www.dr.dk/nyheder/politik/johanne-schmidt-nielsen-blev-erklaret-doeed-nu-har-retten-tildelt-hende-75000-kroner>.
- EU vs. Disinfo (2018). *About.* <https://euvsdisinfo.eu/about/>.
- Facebook (2018). *How is Facebook addressing false news through third-party fact-checkers.* <https://www.facebook.com/help/1952307158131536>.
- Google Support (2018). *How much will I earn with AdSense?* <https://support.google.com/adsense/answer/9902?hl=en>.
- Hansen, P.R. og Schmidtblaicher, M. (2018). *A Dynamic Model of Vaccine Compliance: How Fake News Undermined the Danish HPV Vaccine Program.* <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsd-GRvbWFpbm9wZXRIcnJlaW5oYXJkaGFuc2VufGd4OjQyMTIiODk1OWMwY2Y2NGI>.
- Hawkins, D. (2016). *No, you can't text your vote. But these fake ads tell Clinton supporters to do just that.* https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2016/11/03/no-you-cant-text-your-vote-but-these-ads-tell-clinton-supporters-to-do-just-that/?utm_term=.4bc86ad708e3.
- Hendricks, V. og Vestergaard, M. (2017). *Fake News – når virkeligheden taber.* Gyldendal, 1. udgang, 2. oplag.
- Hjorth, F. og Adler-Nissen, R. (2018). "Ideological Asymmetry in the Reach of Pro-Russian Digital Disinformation to US Audiences." *Journal of Communication* (Under udgivelse).
- Howard, P. N., Bradshaw, S., Kollanyi, B., Desigaud, C., & Bolsover, G. (2017). "Junk news and bots during the French presidential election: What are French voters sharing over Twitter?" *COMPROP Data Memo*.
- Kalogeropoulos, A. og Newman, N. (2017). *'I Saw the News on Facebook' - Brand Attribution when Accessing News from Distributed Environments.* <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/i-saw-news-facebook-brand-attribution-when-accessing-news-distributed-environments>.
- Kjær, J. (2017). *Efter falsk nyhed om dyresex i København: Nye digitale diplomater skal bekæmpe fake news og russisk misinformation.* <https://politiken.dk/indland/art6102867/Nye-digitale-diplomater-skal-bek%C3%A6mpe-fake-news-og-russisk-misinformation>.
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W. og Mattsson, C. (2017). *Combating Fake News: An Agenda for Research and Action.* <http://www.sipotra.it/wp-content/uploads/2017/06/Combating-Fake-News.pdf>.
- Pressenævnet (2018). *Hvorfor anmelde sig til Pressenævnet?* <http://www.pressenaevnet.dk/medier/>.
- Regeringen (2018). *National strategi for cyber- og informationssikkerhed.* <https://www.fm.dk/publikationer/2018/national-strategi-for-cyber-og-informationssikkerhed>.
- Ritzau (2018). *Regeringen vil koble mediestøtte til Pressenævnet.* <https://www.dr.dk/nyheder/politik/regeringen-vil-koble-mediestotte-til-pressenaevnet>.

- Roozenbeek, J. og van der Linden, S. (2018). "The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation". *Journal of Risk Research*.
- van der Linden, S. (2017). "Beating the Hell out of Fake News." *Ethical Record: Proceedings of the Conway Hall Ethical Society*, 122(6).
- Vosoughi, S., Roy, D. og Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online". *Science*, 359(6380), s. 1146-1151.
- Webglide (2013). *How much does AdSense pay?* <https://webgilde.com/en/how-much-does-adsense-pay/>.