

Forside

Bacheloroppgave

Studieprogram: Journalistikk

Opptaksår: 2018

Er oppgaven konfidensiell? NEI: X JA: _____

Kan oppgaven benyttes til undervisningsformål (anonymt)? JA: X NEI: _____

Forfatter

| Studentnr | Kandidatnr | Navn: |
|-----------|------------|-------------------|
| 229791 | 8463 | Bror Grev Møgster |
| | | |

Oppgavens tittel:

Scenenekt på sosiale medier: De nye portvaktene

Veileder: Nina Kvalheim

Scenenekt på sosiale medier:
De nye portvaktene



Universitetet
i Stavanger

Bror Grev Møgster

Samfunnsvitenskapelig fakultet

Bachelor i journalistikk

Sammendrag

I denne studien skal jeg ta for meg problematikken med scenenekt på sosiale medier. Scenenekt er når aktører, spesielt sosiale medieselskaper nekter personer eller grupper å dele informasjon eller ideer på sine plattformer. Det har de siste årene blitt et viktig verktøy for de sosiale medieselskapene for å hindre uønskede ytringer og innhold. Den mest kjente personen som ble scenenektet er tidligere president Donald Trump, som ble scenenektet av Twitter og Facebook fordi han ba sine følgere om å storme USAs kongressbygning 6. januar. Selv om mange mente dette var en riktig avgjørelse, belyser denne hendelsen hvorfor scenenekt som tema er viktig å diskutere. Jeg har undersøkt dette fenomenet i lys av fire vurderingskriterier. Det første kriteriet handler om ytringsfrihet. Her ser jeg på argumentene for og imot scenenekt, og sosiale mediers plass som arena for samfunnsdebatt. Det andre kriteriet handler om hvordan vi definerer de sosiale medieselskapene, og hvorfor dette er viktig med tanke på autoritet og ansvarliggjøring av scenenekt. Tredje vurderingskriteriet handler om falske nyheter. Hvordan påvirker falske nyheter brukere på sosiale medier, og hvordan har scenenekt bidratt til å forhindre dette. Det fjerde kriteriet tar for seg den politiske aktivismen på sosiale medier. Det viser seg at politisk aktivisme varierer ut ifra personer tilknyttet venstre og høyresiden av det politiske spekteret, og at høyresiden har hatt en negativ utvikling under nåværende situasjonen. Jeg viser også hvordan algoritmer opptrer som de nye portvaktene. Jeg kommer fram til at scenenekt har fordeler og ulemper, men at den nåværende situasjonen ikke er bra for journalistikken og samfunnsdebatten. Scenenekt kan være en et bra redskap til å forhindre uønskede ytringer, men den har også bidratt til å skape et mer polarisert samfunn. Den har også vært med på å isolere en del av samfunnsdebatten, slik at pluralisme har blitt vanskeligere i den politiske diskusjonen. Jeg konkluderer med at sosiale medieselskaper som nå er definert som teknologiselskaper, må klassifiseres som medieselskaper og deres makt til å scenenekte må begrenses ut ifra de fire vurderingskriterier.

Innholdsfortegnelse

| | |
|--|----|
| <i>Sammendrag</i> | i |
| 1.0 Innledning | 1 |
| 1.1 Struktur | 2 |
| 2.0 Scenenekt | 3 |
| 2.1 Scenenekt på sosiale medieplattformer | 3 |
| 2.1.2 Finansielle tap fra scenenekt | 5 |
| 2.2 Sosiale medieselskaper og selvregulering | 5 |
| 2.2.1 Facebook | 5 |
| 2.2.2 Twitter | 6 |
| 2.2.3 YouTube | 7 |
| 3.0 Fire vurderingskriterier | 8 |
| 3.1 Ytringsfrihet | 8 |
| 3.1.1 Ytringsfrihetens fundament | 9 |
| 3.1.2 Scenenekt og ytringsfrihet | 10 |
| 3.2 Medieselskap eller teknologiselskap | 10 |
| 3.2.1 Algoritmer som portvakter | 11 |
| 3.3 Falske nyheter | 12 |
| 3.3.1 Anti-vaksinering | 13 |
| 3.3.2 Desinformasjon på sosiale medier | 14 |
| 3.4 Politisk aktivisme på sosiale medier | 14 |
| 3.4.1 Venstresidens aktivisme | 15 |
| 3.4.2 Høyresidens aktivisme | 16 |
| 4.0 Diskusjon | 18 |
| 4.1 Negative konsekvenser av scenenekt | 18 |
| 4.2 Positive konsekvenser av scenenekt | 20 |
| 4.3 Drøfting | 21 |
| 5.0 Konklusjon | 23 |
| <i>Litteraturliste:</i> | 24 |

1.0 Innledning

Demonstranter stormet USAs Kongressbygging 6. januar 2021, etter den hendelsen ble daværende president, Donald Trump utestengt fra Twitter og Facebook. Etter storming av kongressbygningen, bestemte Twitter og Facebook seg for at de hadde fått nok av Donald Trump. De hevdet han brøt deres interne retningslinjer da han oppfordret til “forherligelser av vold”¹ og ble dermed utestengt, såkalt scenenektet. Scenenekt er når aktører, blant annet sosiale medieselskaper nekter personer eller grupper å dele informasjon eller ideer på sine plattformer.² De siste årene har scenenekt blitt et redskap for sosiale medieselskaper til å fjerne uønsket atferd, som for eksempel rasistiske eller hatfylle meninger.

Det har skjedd en revolusjon innen medieutvikling de siste årene som har kommet fra sosiale medier. Utviklingen har åpnet opp en helt ny verden for global kommunikasjon. Spesielt har den endret hvordan borgere driver aktivisme. Før den digitale tidsalder måtte aktivister som ønsket å spre sitt budskap nasjonalt og internasjonalt bruke nyhetsbyråene, protestere i gatene eller drive informasjonskampanjer. Nå kan alle delta i det politiske økosystemet og forbigå de tradisjonelle nyhetsmediene ved hjelp av sosiale medier.³ De som før var portvakter, for eksempel redaktører og seriøse journalister, har fått sin rolle som portvakt svekket.⁴ Journalistikkens legitimitet lener seg på at ytringsfriheten forholder seg til et mer eller mindre uformelt etisk regelverk som de nye portvaktene Google, Facebook og Twitter ikke behøver å forholde seg til. Disse kommersielle selskapene dominerer eierskapet av de sosiale medieplattformene og er aktører som nå får mye makt ved å legge til rette for, eller forhindre ytringer.

Donald Trump hadde 90 millioner såkalte “følgere” på Twitter rett før utestengelsen. I over 11 år hadde presidenten brukt denne sosiale medieplattformen til å spre sine politiske meninger direkte til velgerne sine i stedet for å lene seg på tradisjonelle medier. Donald Trump synliggjorde dermed at sosiale medier kunne bli brukt til å forbigå tradisjonelle medier for å nå ut til et stort publikum. Han benyttet plattformene som et moderne propaganda maskineri, hvor fakta og sannheter ble utfordret daglig. På Twitter kunne han for eksempel gi

¹ Twitter-Inc. (2021)

² Rogers (2020)(Det Norske Akademis Ordbok) På engelsk heter det å bli *deplatformed/No-Platforming*.

³ Sosial media er definert i denne oppgaven som plattform hvor innhold og applikasjoner ikke lenger er laget og publisert individuelt, men er kontinuerlig forandret av alle deltakende brukere i samarbeid mellom hverandre på sosiale nettsider. (Kaplan and Haenlein (2010)

⁴ Brurås (2015): 30

sparken til personer i sin administrasjon før vedkommende selv hadde fått beskjed. Etter 11 år ble det stille. Han ble scenenektet på sosiale medier.

Hva er de positive og negative konsekvensene med scenenekt på sosiale medier og hvordan praktiserer de sosiale medieselskapene ansvaret som portvakter?

1.1 Struktur

Det har blitt gjort lite forskning på fenomenet scenenekt på sosiale mediaplattformer. Det finnes flere forskningsartikler om enkelthendelser av scenenekt på sosiale medier. I denne oppgaven skal jeg se på positive og negative sider ved scenenekt i lys av fire kriterier. Disse kriteriene henger sammen på forskjellige nivåer.

- Ytringsfrihet er en fundamental verdi i det moderne samfunnet og en forutsetning for fri presse. Scenenekt handler i bunn og grunn om hvordan vi forholder oss til ytringsfrihet på sosiale medier, og hvor vi legger grensen for akseptable ytringer.
- *Klassifiseringen* av medieselskaper og teknologi selskaper. De sosiale medieselskapene er i dag definert som teknologiselskaper. Dette skaper en distinkt forskjell fra andre medieselskaper og er problematisk med tanke på autoritet og ansvarliggjøring av scenenekt på sosiale medier.
- Den eksplosive utviklingen av falske nyheter har gjort scenenekt til et viktig verktøy for å hindre spredningen av desinformasjon og feilinformasjon, men hvor ligger autoriteten til de som bestemmer hva falske nyheter er og hvem skal være portvakter for denne informasjonen?
- Politisk aktivisme på sosiale medier tar for seg hvilke grupper som blir påvirket av scenenekt, og hvilke konsekvenser det har for den politiske samfunnsdebatten.

I denne studien skal jeg redegjøre for hva som ligger i begrepet scenenekt på sosiale medier, for deretter å knytte begrepet scenenekt opp mot fire utvalgte vurderingskriterier. I diskusjonen vil jeg drøfte de negative og positive sidene scenenekt har på samfunnet og se på disse i forhold til de fire vurderingskriteriene.

2.0 Scenenekt

Scenenekt som fenomen har en lang historie, men selve ordet scenenekt er et relativt nytt ord. Det var et innlegg i Aftenposten 2018 som først brukte ordet i stedet for *deplatforming*, som er det engelske begrepet for scenenekt.⁵

Debatten om hvorvidt det er riktig å scenenekte ulike aktører har blitt mer aktuell etter utviklingen av sosiale medier. Før oppfinnelsen av internettet har scenenekt vært en strategi for å forhindre at uønskede ytringer skal få plass i samfunnsdebatten. Scenenekt har vært benyttet på universitetscampus og høyere utdanningsinstitusjoner ved flere anledninger. Universitetsstudenter har protestert mot ledelsen fordi de mener universitetets plattform ikke skal brukes til å ytre uønskede meninger. Noen ganger har universitetets ledelse scenenektet gjesteforelesere imot ønsker fra studenter.⁶ På overflaten kan det se ut som scenenekt på universiteter står i strid med liberale verdier som toleranse, pluralisme og akademisk frihet. Det kan argumenteres for å gjøre et unntak hvis man driver scenenekt for å forhindre veksten av grupperinger som har et mål om å fjerne liberale institusjoner.⁷ Dette var tilfelle når britiske studentorganisasjoner scenenektet National Front- en fascistisk høyreekstrem gruppe som brukte universitetscampus for å rekruttere medlemmer.⁸

2.1 Scenenekt på sosiale medieplattformer

I nyere tid har scenenekt flyttet seg blant annet fra academia til sosiale medier.⁹ Denne utviklingen har fått mer oppmerksomhet etter at profilerte samfunnsstopper har blitt scenenektet fra sosiale medier. Det store antall brukere på disse plattformene gjør det vanskelig å moderere innholdet. Det er da et problem med rettferdig håndhevelse av plattforms-reglene, fordi regelverket blir håndhevet vilkårlig.¹⁰

Scenenekt skal hindre at hatefulle eller skadelige ytringer sprer seg. Det viser seg imidlertid at scenenekt også kan redusere antall ekstreme ytringer og at det blir produsert mindre uønsket innhold på en plattform, men brukere kan lett forflytte seg til andre plattformer hvor de kan fortsette sine ekstreme eller kontroversielle meninger.¹¹

⁵ Iversenen (2018)

⁶ Freeman (2000) & Smith (2016)

⁷ Lackey (2018): 188

⁸ Smith (2016)

⁹ Perlman (2021)

¹⁰ Se delkapittel Anti-vaksinering

¹¹ Freelon, et al. (2020)

Enkelthendelser og scenenekt av kjente personligheter kan utløse en såkalt “masseutvandring” fra en plattform til en ny, eller øke i popularitet.¹² Etter valget og stormingen av Kongressbygningen ble den sosiale medieplattformen *Parler* kritisert for å tillate spredning av falske nyheter og hatefulle ytringer.¹³ Plattformen ble scenenektet av app-butikker, men sensuren ser ikke ut til å ha den forventede effekten. Parler fikk flere millioner brukere på kort tid etter utestengelsen og flertallet av de nye brukerne var misfornøyde amerikanske konservative, som har «flyktet» fra andre plattformer.¹⁴ Faren er dermed stor for radikaliserings når brukere av sosiale medier samler seg i ekkokammere.¹⁵ De store plattformene har en grunnleggende ide om å fremstå som pluralistiske, men når brukere blir utsatt for scenenekt der, forsvinner de til andre små plattformer hvor de kan delta i ytringer som ellers ville ha blitt moderert.¹⁶

I 2017 ble flere forumsider scenenektet på den populære sosiale plattformen Reddit. Reddit er en anonym sosiale nettside. Der trenger du ikke oppgi din identitet eller dele privat informasjon. De fleste sosiale medier opererer ikke med den type anonymitet, og det har blant annet vist seg at anonymitet bidrar til økt uønsket atferd på nettet.¹⁷ Den ene forumsiden på Reddit ble brukt for å diskutere og gi støtte til Donald Trump, den andre forumsiden omhandlet incels.¹⁸ Det viste seg at brukere av forumsiden til Incel ble mindre radikaliserert når stedet ble scenenektet. Derimot så de en økende radikaliserings av Donald Trump sin dedikerte forumside på Reddit.¹⁹ Når de to forumsidene ble scenenektet, var moderatorene på *r/The_Donald*²⁰ aktive med å gi alternative plattformer til brukerne. På *r/Incel* ble det ikke gjort noen forsøk på å finne andre steder hvor denne type brukere kunne møtes.²¹

Den sosiale medieplattformen Gab var den første store plattformen til å oppleve scenenekt. Årsaken til dette var at plattformen var et ekkokammer for høyre-ekstremistisk tankegods og den ble fjernet i app-butikker i 2018 etter en skyteepisode mot en synagoge i Pittsburgh, USA.²² Domene navnet og cloud infrastrukturen ble fjernet av GoDaddy som leide ut

¹² Freelon, et al. (2020)

¹³ Aliapoulios, et al. (2021)

¹⁴ Aliapoulios, et al. (2021): 8

¹⁵ Det at informasjon, meninger blir gjentatt og forsterket innen en gruppe, et medium, uten diskusjon med dem som har andre synspunkter (Det norske akademis ordbok)

¹⁶ Ribeiro, et al. (2020): 7

¹⁷ Lee and Kim (2020): 7

¹⁸ Incel (involuntary celibacy) er personer som mener at samfunnet ikke tillater dem å være seksuelt aktiv. Incel grupper har vært kjent for å spre kvinnehat og misogyni på nettet.

¹⁹ Ribeiro, et al. (2020): 10

²⁰ Forumside på nettsiden Reddit som var et forum for å støtte Donald Trump

²¹ Ribeiro, et al. (2020): 10

²² Zannettou, et al. (2018)

nettadressen, men plattformen ble ikke borte. Den innoverte seg ved å introdusere desentralisert teknologi og web applikasjoner for nettbrukere som søkte usensurerte plattformer. Så fra et teknisk ståsted blir det vanskeligere for scenenektete plattformer å operere fritt på internett, men de blir ikke borte.²³

2.1.2 Finansielle tap fra scenenekt

Privatpersoner eller organisasjoner som lever av internettaktivitet på sosiale medier kan bli hardt straffet økonomisk om de blir scenenektet. I 2016 ble den kjente høyreaktivistten Milo Yiannopoulos utestengt fra de fleste plattformer etter uttalelser om pedofili. Senere ble det kjent at han slet økonomisk på bakgrunn av utestengelsen.²⁴

En av de mest innflytelsesrike høyreaktivistene, Alex Jones og nyhetskanalen på nett Info Wars, ble utestengt fra nesten alle store sosiale medieplattformer. Info Wars ble scenenektet etter flere år med spredning av hatefulle ytringer og konspirasjonsteorier. Nesten over natten ble Alex Jones, grunnleggeren av det høyreekstre nyhetstedet scenenektet. YouTube, Twitter, Facebook og flere podkast plattformer stengte Alex Jones ute. Han hadde brukt disse plattformene til å spre sitt budskap, men også for å få nye følgere til sine nettsider. Der solgte han produkter og tjente penger på reklameinntekter. Etter utestengelsen så man en drastisk økning i antall google-søk om han og nettsiden Info Wars.²⁵ Selve utestengelsen var paradoksalt nok god reklame for kanalen. Dette er noe vi kaller for Streisand effekten.²⁶

2.2 Sosiale medieselskaper og selvregulering

Hva har de store sosiale medieselskapene gjort for å regulere innholdet på sine plattformer? Jeg skal se på de tre største selskapene og gi en oversikt over hva som har blitt gjort for å hindre spredningen av uønsket innhold, og hvordan selskapene gjennomfører scenenekt. Det finnes flere sosiale medier, men disse plattformene er desidert størst og omfavner store deler av sosial kommunikasjon på internett.

2.2.1 Facebook

Facebook la mye energi i å forhindre den sosiale media manipuleringen som skjedde under det amerikanske presidentvalget i 2016. I Frankrike og Tyskland inngikk Facebook

²³ Zannettou, et al. (2018)

²⁴ Uberti (2019)

²⁵ Koebler (2018)

²⁶ Streisand-effekten er et internettfenomen som går ut på at forsøk på å sensurere eller fjerne informasjon i stedet fører til massiv oppmerksomhet rundt denne informasjonen.

samarbeid med ulike organisasjoner for å promotere fakta basert innhold til brukerne av plattformen. Facebook har de siste årene jobbet mye med å utvide sin brukerbasis i ikke-vestlige land. Flere steder har de møtt på utfordringer, dette på grunn av den politiske situasjonen i landet. For eksempel i Myanmar måtte Facebook scenenekte en gruppe som spredte hat mot Rohingya minoriteten i landet, kun åtte måneder etter at Facebook ble introdusert der.²⁷

Misbruk av sosiale medier i forbindelse med demokratiske valg, har medført at Facebook nå har åpnet opp for at brukerne kan se hvem som betaler for politisk reklame på sine plattformer. De har også jobbet med å avsløre falske brukere og forandret algoritmene slik at innhold produsert av venner og familie blir mer vektlagt. Den største avisen i Brasil kritiserte Facebook etter at de endret algoritmen. Avisen mente omleggingen av algoritmen førte til redusert synlighet av profesjonell journalistikk på plattformen, og sluttet derfor å publisere saker på Facebook. Det viste seg at brukerne på Facebook reduserte sitt engasjement på de ti største nyhetsredaksjonene i Brasil med 32 prosent, sammenlignet med den samme måned året før algoritmen ble forandret.²⁸

Facebook har også etablert en slags domstol med 20 medlemmer. Det er tidligere journalister, dommere, aktivister og akademikere, som skal avgjøre hvem som kan bli scenenektet.^{29,30}

2.2.2 Twitter

Twitter er også assosiert med desinformasjon og falske nyheter. Dette er fordi den har et ganske naturlig miljø for spredning av informasjon. Tweets er ofte sammenlignet med hvordan virus sprer seg. Det store omfanget med bots³¹ og andre typer spredningsmanipulasjon gjør utbredelsen av desinformasjon og falske nyheter på plattformen effektivt. Plattformen har blitt anklaget for å gi for mye plass til denne type oppførsel i ytringsfrihetens navn, noe som ga den sosiale medieplattformen et rykte for å være en arena for aktiv politisk manipulasjon.

²⁷ Goldzweig, et al. (2018)

²⁸ Goldzweig, et al. (2018): 15

²⁹ Lima (2021)

³⁰ Pengelly and Paul (2021) Onsdag 05.04.21 bestemte utvalget om å fortsette scenenekten av Donald Trump, men de skal revurdere utestengelsen igjen om seks måneder.

³¹ Bot er en programvareagent for å automatisere handlinger på nett.

Selskapet har i det siste jobbet for å forhindre denne type atferd. De har økt antall suspensjoner av brukere og slår hardere ned på bruken av bots for å øke spredningen av ytringer. Det viser seg at Facebook fremdeles har et høyere antall desinformasjonsaktivitet enn Twitter, men Facebook har vært flinkere til å redusere denne type aktivitet. Twitter har derimot innført regler som begrenser antall ganger man kan legge ut twittermeldinger, og *like* innhold fra forskjellige brukere samtidig.³²

2.2.3 YouTube

YouTube som er eid av Google, opererer litt annerledes enn andre sosiale plattformene. Det er hovedsakelig en videoplattform hvor man legger ut filmer som kan kommenteres eller kun gi *likes*. Hovedproblemet med YouTube som plattform har vært algoritmen. YouTube gir deg anbefalte videoer og algoritmen er designet slik at den prøver å maksimere antall videovisninger. Dette er fordi reklameinntekter fra videoen er basert på hvor mange som har sett den. Dette gjør at sensasjonelle, kontroversielle og splittende videoer viser seg å være mer populært, og derfor anbefaler algoritmen slike videoer til brukerne.

I 2017 annonserte YouTube at de skulle hyre inn 10 000 mennesker for å kontrollere innholdet på plattformen. Dette var for å bekjempe det de kaller voldelig ekstremisme.³³ De forbedret sine rutiner slik at videoer som inneholder rasisme, vold og andre uønskede verdier blir raskere identifisert og fjernet.³⁴

I 2016 signerte Facebook, Twitter, YouTube og Microsoft en felles avtale med European Commission's Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online. Dette var en frivillig avtale for å igangsette tiltak med å overvåke og fjerne ulovlig innhold innen rimelig tid. En årlig rapport fra kommisjonen viser til at det blitt gjort fremgang på dette området. I begynnelsen av avtalen, ble det rapportert at bare 28 prosent av det man anså som uønsket innhold ble fjernet i 2016. I 2018 fjernet disse fire selskapene rundt 70 prosent av alt uønsket innhold, ifølge kommisjonsrapporten.³⁵

³² Lazer, et al. (2018).

³³ Goldzweig, et al. (2018) Vi har sett at disse type jobber har en stor negativ psykologisk effekt for de som jobber med det. Det er derfor YouTube begrenset antall timer som de kan jobbe til fire timer om dagen.

³⁴ Google (2021)

³⁵ Commission (2021)

3.0 Fire vurderingskriterier

For å se på de negative og positive konsekvensene av scenenekt skal jeg ta for meg fire vurderingskriterier. Disse kriteriene er viktig i forhold til problemstillingen, siden de hver for seg gir et innblikk i scenenekt på sosiale medier. De må også kunne ses i en sammenheng for å få en helhetlig oversikt over konsekvensene.

Det første kriteriet er ytringsfrihet. Ytringsfrihet er en fundamental verdi i samfunnet. Scenenekt handler i bunn og grunn om hvordan vi forholder oss til ytringsfrihet på sosiale medier, og hvor vi setter grensen for akseptabel ytring. Det andre kriteriet handler om klassifiseringen av medieselskaper og teknologiselskaper. De sosiale medieselskapene er i dag definert som teknologiselskaper. Dette skaper en distinkt forskjell fra andre medieselskaper og er problematisk med tanke på autoritet og ansvarliggjøring av scenenekt. Tredje kriteriet handler om problematikken av falske nyheter. Den eksplosive utviklingen av falske nyheter på sosiale medier har gjort scenenekt til et viktig verktøy for å forhindre spredningen av desinformasjon, men hvor ligger autoriteten til de som bestemmer hva falske nyheter er og ikke er? Det fjerde og siste kriteriet ser på hvem som blir påvirket av scenenekt og hvilke konsekvenser det har for den politiske samfunnsdebatten.

Jeg har valgt kriterier ut ifra hva jeg mener er mest sentralt for å belyse problemstillingen. Det betyr at andre vinklinger og eventuelle kriterier er utelatt. For eksempel er finansiering og reklameinntekter en retning jeg ikke går dypt inn i. Jeg kunne også skrevet mer omfattende om ytringsfrihetens rolle for scenenekt og journalistikkens fremtid. Desinformasjon blir nevnt i oppgaven, men har ikke fått så stor plass da det har vært nødvendig med begrensninger. Algoritmer som portvakter fortjener også en omfattende gjennomgåelse, men den problemstillingen mener jeg egner seg til et større forskningsprosjekt.

3.1 Ytringsfrihet

En av de viktigste verdiene i et åpent samfunn er ytringsfrihet. Men det er ikke den eneste gode verdien i det liberale samfunnet, for ofte må ytringsfriheten konkurrere og vike for andre verdier. En frihet til å ytre seg betyr ikke at man har ubegrenset frihet til ytring. Ingen samfunn opererer med en slik definisjon. Alle nasjoner har visse begrensninger, men som et samfunn må man alltid reflektere over og kollektivt bestemme hvor man setter grensene for hva som er en lovlig eller ulovlig ytring.

I journalistikken er ytringsfrihet den mest fundamentale verdien for yrket og bransjen. Det har utviklet seg et strengt uformelt etisk regelverk innenfor journalistikken for å forhindre misbruk av denne retten til ytring. De sosiale medieselskapene tjener penger på brukeraktivitet, men er ikke ansvarlig for selve innholdet på sine plattformer. Dette skaper en situasjon der selskapene ikke har et finansielt insentiv til å moderere innhold eller begrense ytringsfriheten. Det viser seg nemlig at ekstremt, sensasjonelt og kontroversielt innhold gir mer aktivitet på sosiale medieplattformer.³⁶

3.1.1 Ytringsfrihetens fundament

John Stuart Mill er kanskje den meste kjente liberale ytringsfrihetsforkjemperen. I boken *On Liberty* legger han ut et av de sterkeste argumenter for ytringsfrihet.

«If the arguments of the present chapter are of any validity, there ought to exist the fullest liberty of professing and discussing, as a matter of ethical conviction, any doctrine, however immoral it may be considered.»³⁷ Han mener her, at uansett ideologi eller ytring burde det være lov å spre sitt budskap uavhengig om det er moralske eller umoralske ytringer. «If all mankind minus one were of one opinion, and only one person were of the contrary opinion, mankind would be no more justified in silencing that one person than he, if he had the power, would be justified in silencing mankind.»³⁸ Mill påstår at nesten ubegrenset ytringsfrihet er nødvendig for at samfunnsdebatter strekker seg til sine logiske konklusjoner. Hvis ytringsfriheten blir begrenset, så ender man fort opp i en slags intellektuell pasifisme.³⁹

Scenenekt, altså en begrensning i ytringsfrihet kan også argumenteres inn i en liberal kontekst. I boken *The open Society and its enemies* av Karl Popper fremmer han argumenter for å forhindre at intolerante krefter får plass i samfunnet.

Unlimited tolerance must lead to the disappearance of tolerance. If we extend unlimited tolerance even to those who are intolerant, if we are not prepared to defend a tolerant society against the onslaught of the intolerant, then the tolerant will be destroyed, and tolerance with them.⁴⁰

³⁶ Freelon, et al. (2020)

³⁷ David (2021)

³⁸ David (2021)

³⁹ David (2021)

⁴⁰ Popper (1971) kap. 7.4

Dette argumentet ble brukt av studenter for å scenenekte National Front i Storbritannia.⁴¹ De sosiale medieselskapene er ikke forankret i samfunnsoppdraget slik journalister er.

Ansvarlige portvakter er nøkkelen til at disse to motstridende ideer kan være sanne, men i de siste årene har skille mellom samfunnsansvaret til sosiale medier og tradisjonelle medier minsket. Det er derfor viktig å se på hva slags ansvar de sosiale medieselskapene har overfor samfunnet og hva slags type portvakter de er.

3.1.2 Scenenekt og ytringsfrihet

Debatten rundt scenenekt på sosiale medier handler som oftest om ytringsfrihetens begrensinger. Lovverket angående ytringsfriheten er ofte komplisert, og den varierer mellom nasjoner. Problemet her ligger i at de sosiale medieplattformene er eid av private globale selskaper, som ikke trenger å forholde seg til lovverket. Den amerikanske høyesterettsdommeren Clarence Thomas mener at maktkonsentrasjonen av de sosiale medieselskapene er problematisk.

Today's digital platforms provide avenues for historically unprecedented amounts of speech, including speech by government actors. Also unprecedented, however, is control of so much speech in the hands of a few private parties»- «We will soon have no choice but to address how our legal doctrines apply to highly concentrated, privately owned information infrastructure such as digital platforms.⁴²

Han er bare en av mange som har uttalt seg om den makten sosiale medier har på samfunnet, og problematikken med at de er eid av en liten gruppe selskaper. Konflikten handler om sosiale medier som plattformer for ytring, og om disse har blitt så viktige at man må begynne å se på tiltak for å forhindre at disse selskapene kan diktere hvem som kan bruke de sosiale medieplattformene.⁴³

3.2 Medieselskap eller teknologiselskap

En viktig distinksjon som har blitt fremmet av de store sosiale medieselskapene som blant annet Facebook og Twitter er at de ikke er medieselskaper, men teknologiselskaper. De er ifølge teknologiselskapene plattformer for kommunikasjon og ikke produsenter. Denne klassifiseringen er viktig fordi medieselskaper og teknologiselskaper opererer med

⁴¹ Smith (2016)

⁴² Gerstein (2021)

⁴³ Dickson (2021), Smith (2021) & Gerstein (2021)

forskjellige regler og reguleringer, men også fremtidige regelverk er bundet opp i denne klassifikasjonen.⁴⁴ Teknologiselskaper trenger ikke å forholde seg til innholdet på sine plattformer i samme grad som medieselskaper. Denne ansvarsfraskrivelsen har frustrert flere politikere, og det har blitt fremmet lovforslag i den amerikanske kongressen slik at denne beskyttelsen blir borte når innholdet på plattformene leder til skader i samfunnet, som for eksempel menneskerettighetsbrudd eller terrorisme.⁴⁵

Sosiale medieselskapene bruker ordet *plattform* strategisk - «to position themselves both to pursue current and future profits, to strike a regulatory sweet spot between legislative protections that benefit them and obligations that do not, and to lay out a cultural imaginary within which their service makes sense.»⁴⁶

Ansvarliggjøring av innholdet på sosiale medier har de siste årene blitt en stor debatt. Denne antatte mangel på direkte kontakt mellom redaksjoner og brukere på sosiale medier blir ofte benyttet som et argument for teknologiselskapenes klassifisering. Facebooks grunnlegger Mark Zuckerberg brukte det samme argumentet, men da ved å hevde at plattformen er et verktøy for brukere til å produsere eget arbeid og ivareta egne interesser.⁴⁷

3.2.1 Algoritmer som portvakter

Zuckerbergs argument om at brukerne kan lage eget arbeid, ignorerer den rollen algoritmer⁴⁸ har for å fremme, filtrere og prioritere plattformens innhold. Mangel på menneskelig portvakt er ofte brukt som et argument for å ikke klassifisere sosiale medieselskaper som medieselskaper.⁴⁹ Selv om mekanismen for redaksjonell kontroll som portvakt er annerledes på sosiale medier, betyr ikke det at portvakt ikke eksisterer. Sosiale medieplattformer opererer i en mer uavhengig rolle i forhold til hva slags innhold som blir presentert til brukerne, noe teknologiselskapene benytter for å holde på sin klassifisering.⁵⁰ Tradisjonell

⁴⁴ DeChiraro (2021)

⁴⁵ DeChiraro (2021) & Lima (2021)

⁴⁶ Philip and Robyn (2017): 1

⁴⁷ Philip and Robyn (2017)

⁴⁸ Algoritmer er matematiske formler for systematiske oppgaveløsning. Ofte brukt av sosiale medier for å filtrere innhold til brukere.

⁴⁹ Croteau and Hoynes (2019): 352

⁵⁰ Philip and Robyn (2017)

media prøver også å tilfredsstille brukerne. De skiller seg ikke lenger så mye fra Facebook, Twitter og Google (YouTube) om å gi innhold som de mener brukerne vil ha.⁵¹

Forskjellen mellom de tradisjonelle medieselskapene og sosiale medieselskaper, er at sosiale medieselskaper er flinkere til å tilby brukerønsker. Den store datamengden som kommer fra brukerne av sosiale medier kan hjelpe selskapene til å skape en svært detaljert oversikt over brukerønsker.⁵² Det at algoritmer opererer i en uavhengig og objektiv tilstand, fri fra partiske karaktertrekk i en redaksjon, stemmer ikke. Algoritmer opererer automatisk, men benytter klassifiseringer, filtre og prioriterer innhold basert på interne verdier i systemet, preferanser og brukeraktivitet.⁵³ Dataingeniører og aktører innad i sosiale medieselskaper må ta mange designvalg når de utvikler en algoritme, noe som medfører en viss subjektivitet i forhold til algoritme-systemet.⁵⁴ Derfor er det en pågående diskusjon om hvorvidt klassifiseringen bør endres, slik at tradisjonell media og sosiale medieselskaper sidestilles.

3.3 Falske nyheter

Et av de mest kontroversielle og skadelige utviklingene på sosiale medier er den store økningen av det vi kaller fake news, altså falske nyheter. Fenomenet ble en del av det amerikanske presidentvalget i 2016, hvor falske nyheter hadde stor innflytelse på valget. Det ble produsert falske nyheter til fordel for Donald Trump og falske nyheter som forsøkte å sverte Hillary Clinton.⁵⁵ Falske nyheter er ikke et nytt fenomen, men med utviklingen av sosiale medier har falske nyheter blitt et mektig verktøy for forskjellige aktører til å fremme egne mål. Dette er skadelig for journalistikken, siden tillit til media er fundamentalt for at journalister og media skal ha troverdighet i befolkningen. Scenenekt har derfor vært en løsning for å forhindre spredningen av falske nyheter.⁵⁶

I månedene før presidentvalget i 2016 ble de 20 mest populære falske nyhetssakene likt, delt og kommentert 8.700.000 ganger på Facebook. I motsetning til dette, ble de 20 mest leste sakene av 19 store redaksjoner bare delt, likt og kommentert 7,350,000 ganger. Dette viser at falske nyheter kan spre seg fortere og er mer populære enn tradisjonelle nyheter.⁵⁷

⁵¹ Gillespie (2010)

⁵² Croteau and Hoynes (2019): 352

⁵³ Philip and Robyn (2017)

⁵⁴ Gillespie (2010)

⁵⁵ Guess, et al. (2018)

⁵⁶ Marks (2021)

⁵⁷ Lee (2016)

Det er viktig å diskutere, siden tall fra 2020 viser at 47 prosent av amerikanere får nyheter fra sosiale medier.⁵⁸ Dette reflekterer også tall fra andre vestlige land, selv om Norge er et unntak, ser vi at barn og unge i Norge får mye av nyhetene sine fra sosiale medier og én av fire unge tror media deler ut falske nyheter med vilje.⁵⁹⁶⁰ Det er da viktig å få en oversikt over risikoen og konsekvensen av falske nyheter.

I senere år har de sosiale medieselskapene begynt å ta noe ansvar for innholdet på sine plattformer etter trusler om nasjonale reguleringer, men det vi ser er at denne type “selvregulering” ikke nødvendigvis er konsekvent og straffer vilkårlig.⁶¹ Algoritmer har derimot vanskeligheter med å identifisere falske nyheter. Dette er fordi identifiseringen av falske nyheter er en subjektiv avgjørelse.⁶²

3.3.1 Anti-vaksinering

En kjent samfunnsdiskusjon på sosiale medier er anti-vaksinering. Vaksineskepsis har vokst frem over tid og denne skepsisen har nærmest eksplodert i sosiale medier etter korona pandemien oppstod våren 2020. Dette har gjort at mange nå er kritiske til, eller motstandere av vaksiner. Dette kan være problematisk for folkehelsen siden 50 til 90 prosent av befolkningen må være vaksinert eller gjennomgått korona sykdom før en såkalt gruppeimmunitet holder coronaviruset i sjakk.⁶³

Det er over 59 millioner mennesker som får anti-vaksine informasjon fra Facebook, YouTube, Instagram og Twitter.⁶⁴ Man vil da anta at det finnes utrolig mange brukere som produserer vaksineskepsisinnhold på disse plattformene, men ifølge *Center for Countering Digital Hate* var det i perioden februar til 16 mars 2021 bare tolv mennesker som produserte 65 prosent av anti-vaksinerings informasjon på Facebook og Twitter.⁶⁵ Desinformasjonen og misinformasjonen om covid-19 vaksinen gjorde at flere ble skeptiske til å ta den. I en studie publisert i *Nature* skriver de at anti-vaksine informasjonen reduserte antall mennesker som definitivt ville ta vaksinen med 6,4 prosent i Storbritannia og 6,2 prosent i USA.⁶⁶

⁵⁸ I Norge fikk vi en nedgang i antall som bruker sosiale medier som hovedkilde for nyheter fra 26 prosent i 2019 til 18 prosent 2020 (medietilsynet)

⁵⁹ 87 prosent av 9-18-åringene leser eller hører på nyheter på sosiale medier (medietilsynet)

⁶⁰ Kallelid and Veberg (2021)

⁶¹ Se delkapittel: 2.2 Sosiale medieselskaper og selvregulering

⁶² Holmes (2016)

⁶³ Gypsyamber D'Souza (2021)

⁶⁴ Loomba, et al. (2021)

⁶⁵ Loomba, et al. (2021)

⁶⁶ Loomba, et al. (2021): 338

Av de tolv menneskene som står bak mye av anti-vaksinerings informasjonen, er et fåtall av dem scenenektet fra sosiale medier, selv om de sosiale mediene har regelverk som skal forhindre spredning av falske nyheter og informasjon om vaksiner. Ni av de tolv som spredte mesteparten informasjonen har fortsatt lov til å publisere på sosiale plattformer. Bare tre har blitt sperret på noen plattformer, og ingen har blitt sperret på alle de store sosiale plattformene.⁶⁷ Selv om de store sosiale mediene har regler som skal forhindre falske nyheter, har gjennomførelsen av scenenekt mot aktørene vært begrenset. De store sosiale mediene kan fjerne denne informasjonen, men har ikke hatt viljen eller kapasiteten til å gjennomføre konkret scenenekt i denne saken.

3.3.2 Desinformasjon på sosiale medier

Blant alle typer aktivisme på sosiale medier må man ta i betraktning desinformasjons⁶⁸ kampanjer fra nasjoner og organisasjoner som ønsker å påvirke samfunnsdebatter. Dette er ikke en stor del av denne oppgaven, men det må nevnes at bruken av falske nyheter har blitt brukt av nasjonale organisasjoner for å påvirke meninger og ytringer.⁶⁹

Nylig har vi sett at russiske etterretningstjenester driver vaksine desinformasjon på sosiale medier. De opererer under aliaser i sosiale media-økosystemer for å fremme sin egenproduserte vaksine, Sputnik V, og skape skepsis mot andre vestligproduserte vaksiner.⁷⁰ Scenenekt for denne type kampanje er en selvfølge og bevisstgjøring om at dette fenomenet eksisterer er viktig i forhold til oppgavens problemstilling. Flere sosiale medieselskaper og organisasjoner finner og stenger ned slike kampanjer, men de er relativt lette og billige å lage, og derfor dukker de raskt opp igjen.

3.4 Politisk aktivisme på sosiale medier

Internettet har demokratisert tale. Det er ikke lengre noen reelle portvakter for nyheter.⁷¹ Alle som har lyst, kan nå spre sine meninger rundt til folk over hele kloden med et par tastetrykk.

Dette delkapittelet handler om hvordan de politiske aktivister driver aktivisme på sosiale medier, og konsekvensene av scenenekt på høyresidens mediaøkosystem. Høyresiden og venstresiden av det politiske spekteret driver nettbasert aktivisme forskjellig, noe som har

⁶⁷ Center for countering digital hate (2021)

⁶⁸ Misinformasjon er falske informasjon, men ikke nødvendigvis med intensjon om å være det. Desinformasjon er med vilje falsk informasjon for å skifte en opinion.

⁶⁹ Humprecht, et al. (2020)

⁷⁰ Wilson and Wiysonge (2020)

⁷¹ Brurås (2015)

påvirkning på hvem som blir scenenektet. Nettbasert aktivisme har ofte blitt sett på som en veldig svak form for politiske aktivisme, men i de siste årene ser man at å fremme politikk på nett kan ha en stor innflytelse i politiske valg og på folkeopinion.⁷² Selv om begge sider bruker digitale medier for å spre politiske ytringer og drive politisk aktivisme, ser man et klart skille mellom høyre og venstresidens evne til å drive aktivisme på sosiale medier.

3.4.1 Venstresidens aktivisme

Den dominerende type aktivisme på venstre siden er det vi kan kalle hashtag-aktivisme.⁷³ Den har tre distinksjoner.

Den første er hashtag som brukes som et slags slagord for saken de skal fremme. Vi ser for eksempel at #BlackLivesMatter og #MeToo har blitt kjennetegn for saker som ligger venstre siden nært. Selv om mange hashtag aktivister ikke får nasjonal eller internasjonal oppmerksomhet, kan noen få sterke tilhengere skape en samlet front for saken. Disse hashtagene pleier å oppstå etter sjokkerende hendelser. For eksempel etter at Michael Brown ble drept av politiet i Ferguson, Missouri (#BlackLivesMatter) eller avsløringen av seksuell misbruk gjort av Harvey Weinstein i over flere tiår. (#MeToo)

Hashtag-aktivistene klarer å engasjere det vi kaller «mannen i gata». De kan relatere til hovedbudskapet i disse hashtagene, og kan lett erklære seg tilhenger av saken. Dette hjelper budskapet til å bli populært på sosiale medier og kan spre saken til andre deler av samfunnet. Etter at samfunnet har blitt oppmerksom på hashtag fenomenet våkner ofte eliten og stiller seg bak budskapet. Da går saken viralt⁷⁵ på sosiale medier og tradisjonell media henger seg på. Aktivismen får rom til å spre seg i nyhetsøkosystemet, som igjen forsterker sakens popularitet. Elitepersoner, som politikere, kjendiser og finanspersoner, gir også bevegelsen en boost siden de har mer innflytelse og dermed større makt til å påvirke bevegelsen. Vi ser eksempler på dette når hip-hop artisten Tilib Kweli og iskremsekskapet Ben & Jerry viser sin støtte til #BlackLivesMatter, eller at skuespillere som Alyssa Milano støtter #MeToo.⁷⁶ Hashtag fenomenet er primært en type amerikansk aktivisme, men den har blitt observert over hele verden, også i Norge.⁷⁷

⁷² Freelon, et al. (2020): 1

⁷³ Hashtag er en måte å spre innhold ved å bruke symbolet # på sosiale medier for å fremme et spesifikt tema.

⁷⁴ Freelon, et al. (2020)

⁷⁵ Gå viralt på nett er når en sak får rask utbredelse på internett.

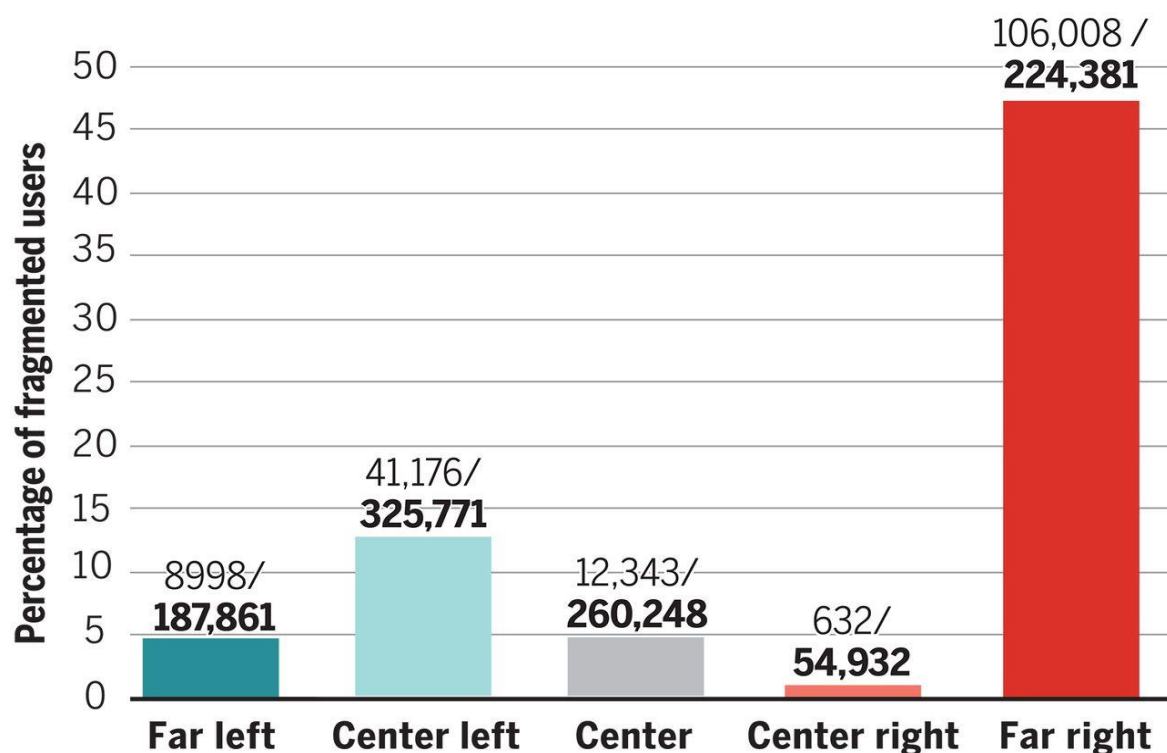
⁷⁶ Freelon, et al. (2020): 2

⁷⁷ Freelon, et al. (2020)

3.4.2 Høyresidens aktivisme

Høyresiden har en veldig annerledes tilnærming til digital aktivisme. Mange fra denne politiske siden mener de tradisjonelle nyhetskanalene ikke er objektive, og at tradisjonell media ofte er et talerør for venstresidens saker.⁷⁸ Spesielt i USA har man sett en økning i mistillit til tradisjonell media.⁷⁹ Dette gjenspeiler trender i Norge, med alternative nyhetssteder som for eksempel Resett.no eller Document.no, men også i større grad rundt om i Europa.⁸⁰ Mistilliten inkluderer også de store sosiale medieselskapene/teknologiselskapene og har ført til at flere på høyresiden har forlatt de store sosiale medieplattformene. De har beveget seg over på alternative plattformer som de mener er mer akseptable for sine meninger og holdninger, eksempler på dette er plattformene Telegram, Gab og Voat.⁸¹

Det har også blitt en sterk nedgang av det man kan kalle sentrums-orienterte personer på høyresiden av det politiske spekteret.⁸² Dette gjør at den ekstreme høyresiden tiltrekker seg mer moderate høyrevelgere i mangel på alternativer og suger opp all oksygenet i høyresidens diskurs på sosiale medier.



⁷⁸ Furunes (2019) De fleste journalister i Norge lener seg på venstresiden på det politiske spekteret.

⁷⁹ Mourão, et al. (2018)

⁸⁰ Figenschou and Ihlebæk (2019)

⁸¹ Rogers (2020)

⁸² Freelon, et al. (2020): 3

*Grafikk: Her ser man 1.82 millioner Twitter- brukere i et datasett av totalt 88 millioner meldinger, som deler tre eller flere mediekilder.*⁸³

Det som ofte skjer på høyresiden er noe som Freelon kaller «trading up the chain».⁸⁴ Dette innebærer at man planter sensasjonelle, falske, konspiratoriske eller ekstreme meninger i små eller lokale nyhetsredaksjoner som ikke er kritiske nok eller villige til å faktasjekke sannhetsgehalten. Slike nyheter blir tatt opp av større nyhetsredaksjoner eller blir promotert av ledere/elite personer som for eksempel Donald Trump.⁸⁵ Hvorvidt underliggende fakta er sant eller ikke betyr lite, for målet med å spre denne informasjonen har allerede vært vellykket. Innenfor høyresidens mediaøkosystem ser man mye mindre konflikt mellom hverandre. Dette økosystemet er ganske isolert fra resten av mediaverden, men har en stor tilstedeværelse på sosiale medier og er ofte mer vellykket enn venstresiden.⁸⁶

To strategier som blir ofte brukt av høyresiden er en bedre forståelse av sosiale media algoritmer og emigrasjon fra og til forskjellige sosiale medier. Sosiale medieselskaper belønner aktivitet og brukerengasjement. Det er derfor slik at innhold som er sensasjonelt, kontroversielt og splittende ofte blir mer synlig i algoritmen. Selv om begge sider driver med manipulering av plattformalgoritmer, viser det seg at høyresiden ofte er mer vellykket til dette enn venstresiden.⁸⁷ Denne utviklingen blir kalt «asymmetrisk polarisering», som betyr at konservative har blitt mer ekstreme de siste tiårene enn den liberale motparten.⁸⁸ Dette har konsekvenser i hvordan politikere forholder seg til velgere og partiet de tilhører. De siste årene har man sett at amerikansk politikk har blitt mer polarisert i takt med velgerbasen på høyresiden.⁸⁹

⁸³ Freelon, et al. (2020):3

⁸⁴ Freelon, et al. (2020)

⁸⁵ Krafft and Donovan (2020)

⁸⁶ Y. Benkler, et al. (2018)

⁸⁷ Freelon, et al. (2020)

⁸⁸ Y. Benkler, et al. (2018)

⁸⁹ Freelon, et al. (2020)

4.0 Diskusjon

Det er fordeler og ulemper med praktisering av scenenekt og det påvirker alle brukere uansett hvilken politisk side de identifiserer seg med. I tillegg får scenenekt en samfunnskonsekvens ved at verdigrunnlaget i en befolkning hele tiden er i bevegelse. Ytringsfrihet og åpne debatter står i motsetning til skadelig og manipulerende informasjon som deles på sosiale medier. Dette kan bidra til en større grad av polarisering og isolering av ytringer og holdninger. Det skaper et delt samfunn. De sosiale medieselskapene har blitt portvakter for både deltakelse og innhold. Jeg har strukturert kapittelet inn i ulemper/fordeler ved scenenekt og drøfter deretter om det bør gjøres endringer i den nåværende situasjonen, som er beskrevet i teorien og empirien.

4.1 Negative konsekvenser av scenenekt

Det mest fundamentale problemet med scenenekt er at den begrenser ytringsfriheten, noe som er en hjørnestein i et liberalt samfunn. Spesielt i media er denne verdien uvurderlig. Det er viktig i et pluralistisk samfunn at alle får plass til ideutveksling slik at man kan nå konsensus. Konflikten som oppstår mellom fri ytring og uønsket ytring er ikke noe nytt, men får en annen dimensjon på sosiale medier. Sosiale medier er en relativt ny teknologi for kommunikasjon. Kombinasjonen mellom ytringsfrihet, teknologiselskaper, falske nyheter og aktivisme har skapt nye problemer for samfunnsdiskursen.

Makten til å scenenekte ligger nå hos de store sosiale medieselskapene, men maktkonsentrasjonen av noen få medieselskaper som kan forhindre ytringer på private plattformer viser seg å være problematisk. Dette er fordi disse plattformene har blitt en kritisk arena for offentlig tale. Det ligger nå et stort ansvar på teknologiselskapene. De skal verne, forhindre og beskytte brukere mot uønskede ytringer, men de skal også tjene penger. Dette skaper en virkelighet hvor scenenekt ofte står i strid med selskapets insentiv til profitt. Det er en interessekonflikt som potensielt kan være skadelig. Teknologiselskapene gir seg selv makten til å scenenekte, men vil ikke ta ansvaret for innholdet på sine plattformer. De store sosiale medieselskapene har insistert på at de først og fremst er teknologiselskaper. Tradisjonelle medieselskaper blir regulert og holdt ansvarlig for innhold. Det gjør dem ofte til ansvarlige portvakter. Selv om sosiale medieselskaper ikke driver tradisjonell nyhetsdekning, er fundamentet fortsatt det samme. De er portvakter for informasjon ved bruken av scenenekt og algoritmer. Jeg har redegjort for at denne type portvakt som de sosiale medieselskapene drifter har mange subjektive antagelser. Det er derfor viktig at disse selskapene blir

klassifisert som medieselskaper slik at de kommer inn under et annet system av reguleringer. At sosiale medieselskaper kan scenenekte brukerne, gir dem mye makt uten statlig innsyn.

Falske nyheter har blitt et stort problem i samfunnet. Scenenekt *kan* være en effektiv løsning, men det viser seg at det kan forekomme negative konsekvenser når sosiale medieselskaper scenenekter. Tillit til media blir svekket og plattform-emigrasjon er bare noen av de uønskede konsekvensene av scenenekt. Hvis noen blir scenenektet blir de nødvendigvis ikke borte på internett, bare akkurat på den plattformen. Hvis det er et problem med hatefulle ytringer blir de sendt til andre sosiale medieplattformer som ofte er mindre selvregulerende. Der finner de ofte likesinnede slik at det skapes et ekkokammer. Det er problematisk at gode ideer og ytringer ikke blir utfordret. Dette var et av kriteriene til Karl Poppers intoleranse paradoks. Vi ser at sosiale medier ikke klarer eller har vilje til å scenenekte antivaksineringsinformasjon. Bare ved å scenenekte tolv mennesker kan de reduserer 65 prosent av denne type innhold.

Når politikere blir scenenektet slik som Donald Trump, mister man den ideen om at høyresiden er ofre for scenenekt og det kan være et demokratisk problem at politikere ikke får tilgang til sine velgere. Selv om scenenekt forhindrer uønskete ytringer, mener mange at sosiale medieselskaper ikke burde ha enerett på hva dette innebærer. Det viser seg at det er høyresiden av det politiske spekteret som ofte er og føler seg utsatt for scenenekt. Den asymmetrisk polarisering har noen generelle konsekvenser for samfunnsdebatten. Det blir vanskeligere å finne kompromisser blant de politiske grupperingene, og når høyre siden vinner valg, er de mye mer ekstreme i sine ytringer og politikk.

En annet aspekt med scenenekt er at brukeren ofte er anonym, bare innholdet vises. Det gjør det lett å kunne skifte rundt på brukerkontoer og fortsatt drive med uønsket innholdsproduksjon. De sosiale medieselskapene har derfor hyret tusenvis av mennesker for manuelt å sjekke innholdet på sine plattformer, men de lener seg fortsatt på algoritmer. De har etter mitt syn blitt de nye portvaktene, men det oppstår problemer når menneskeskapte algoritmer med feil designvalg har evnene til å velge hva en bruker ser på sosiale medier. Når algoritmer belønner sensasjonelle, kontroversielle og splittende innhold skaper dette en virkelighet hvor falske nyheter, polarisering og ekstremt innhold får altfor mye plass.

Problemene med scenenekt og sosiale medier som portvakter har flere vinklinger. I en filosofisk forståelse av problemet ligger ytringsfrihet. I en offentlig politikk forståelse av problemet finner vi klassifisering og ansvarliggjøring. I falske nyheter og politisk aktivisme ser man hva slags samfunnskonsekvenser scenenekt på sosiale medier forårsaker.

4.2 Positive konsekvenser av scenenekt

Scenenekt har en rolle i samfunnet. Det viser seg at det innholdet som blir lagt ut på sosiale medier har en effekt på folkeopinionen og det bli da viktig å kunne beskytte borgere mot feilinformasjon og desinformasjon. Mange tror at det er umulig å kunne legge lokk på alle falske nyheter som blir lagt til på sosiale medier, men det viser seg i anti-vaksinerings tilfelle at det meste av det innholdet som blir lagt ut kommer fra en liten gruppe. Hvis man scenenekter disse aktørene kan man se en nedgang i innhold som handler om anti-vaksinering.

Det viser seg også at den finansielle delen blir rammet hvis man blir scenenektet. Det betyr at man ikke bare kan forhindre feilinformasjon, men også deres evne til å tjene penger. Selv om mange av de som blir scenenektet forflytter seg til andre plattformer, ser vi en forbedring i miljøet på den plattformen som scenenekter. Det er derfor et redskap for de sosiale medieselskapene og lage et bedre miljø på sine plattformer. I noen tilfeller så ser man også at brukerne ikke drar andre steder, men moderer seg selv i frykt for å bli scenenektet.

Det kan være skadelig for både enkeltpersoner og grupper hvis man tillater all ytring på sosiale medier. Donald Trump svekket det amerikanske demokratiet ved å sette spørsmålsteget ved valgets rettferdighet, og han manet til åpent opprør som endte med stormingen av kongressbygningen i Washington D.C, noe som endte med at fem personer ble drept. Alt dette klarte han å gjøre fordi han brukte sosiale medier, mer spesifikt brukte han Twitter. Selskapet satte en advarsel ved han på twitter meldingene, at de inneholdt kontroversielle meninger. Dette som et kompromiss mellom scenenekt og fri tale. Etter stormingen av kongressbygningen scenenektet de store sosiale medieplattformene en sittende president. De mente ytringene hadde skadet samfunnet. Hvis det ikke var tillat å scenenekte, kunne Donald Trump fortsette å spre feilinformasjon.

Poppers argument om at man ikke skal tolerere intoleranse kan bli brukt i dette eksempelet. Det er viktig at scenenekt er et alternativ for å moderere sosiale medieplattformer. Denne trusselen gjør at mange "selvmodererer" seg, men her må en være forsiktig med at det ikke ender med selvsensur.

I den globale verden vi lever i, er det viktig at de sosiale medieselskapene har den fleksibiliteten som scenenekt tilbyr. Det viser seg at å dra alle over en kam, ikke er en veldig god løsning for å moderere plattformer. Vi har sett en nedgang i antall uønsket innhold på sosiale medier. Noe som viser at de sosiale medieselskapene jobber med å rydde opp.

4.3 Drøfting

Det kommer alltid til å være noe scenenekt, fordi scenenekt i bunn og grunn handler om ytringsfrihet. Begrensinger i ytringsfriheten er et nødvendig onde i det liberale samfunnet, fordi total frihet kommer til å negativt påvirke andre viktige verdier. Scenenekt har både fordeler og ulemper og er ikke uavhengig av hverandre. Det er derfor viktig å kunne se en helhet i diskusjonen om hvorvidt scenenekt burde fortsette, avsluttes eller forandres. Hvis man akseptere dette premisset blir det en diskusjon om hvor mye eller lite scenenekt skal tas i bruk og *hvem* som burde kunne scenenekte, altså hvem som er portvaktene.

Scenenekting på den sosiale medieplattformen Reddit viser at scenenekt kan være positivt, men i andre tilfeller så flyttet bare de som ble scenenektet seg. Det er slik at alle typer scenenekt ikke er skapt likt, og at politisk scenenekt er vanskeligere å forhindre. Det kan hende at scenenekt passer til ytringer og innhold på sosiale medier som ikke inneholder politisk budskap. Det som er vanskelig i forhold til scenenekt, er om hatefulle eller skadelig ytringer også er politisk. Hvis man ikke klarer å skille her, så blir det veldig subjektiv i forhold til hvem som kan scenenektes og det kan brukes i et politisk spill. I et demokrati er det vanskelig å søke sannheter hvis noen synspunkter systematisk elimineres eller marginaliseres. Dette undergraver idealet om fri ytring og åpne samfunnsdebatter.

De sosiale medieselskaperes plattformer har blitt en viktig del for samfunnsdiskusjoner. Problemet for de som er uenige i at sosiale medieselskaper skal få lov til å bestemme hvem som blir scenenektet handler om klassifiseringer mellom tradisjonelle medieselskaper og teknologiselskaper. Den klassifiseringen er etter mitt syn veldig ødeleggende både for tradisjonell media og brukerne av sosiale medieplattformer. De tradisjonelle medier spiller derfor med andre regler enn de sosiale medieselskapene, og er i stor grad avhengig av disse plattformene for å spre sitt innhold. I Norge og flere andre land har tradisjonelle medier en viss grad av selvjustis og et etisk regelverk å forholde seg til, i motsetning til teknologiselskapene. De sosiale medieselskapene har også blitt portvakter mellom tradisjonell media og publikum. Disse private selskapene har nesten ubegrenset makt til å begrense tale. Når det ikke er noen form for statlig eller overordnet regulering i forhold til hvem som kan bli scenenektet, er det alltid en fare for at tradisjonell media kan lide. Dette så vi i Brasil når Facebook forandrer på sin nyhetsalgoritme. Selv om det ikke var en direkte scenenekt, gjemte de sosiale medieselskapene seg bak «objektive» algoritmer for å forhindre regulering. Det har blitt vist at disse algoritmene ikke er objektive. Den eneste fundamentale

forskjellen mellom hvordan tradisjonell media og sosiale medier driver med portvakt, er at den ene er menneskelig og andre er teknologisk. De har begge som mål å øke sine lesertall og ikke minst tilpasse innholdet til flest mulig brukere. Forskjellen er at de sosiale medieselskapers portvaktalgoritme fremmer innhold som prioriterer sensasjonelle, kontroversielle- og splittende saker.

Algoritmer som den fungerer i dag er ikke bra for samfunnet, men den kan være en del av løsningen. Ingen enkeltpersoner kan filtrere og håndtere all informasjon som blir produsert på sosiale medier, men med et mer åpent innsyn til designet på disse algoritmene kan man bedre justere hva slags innhold som skal bli presentert for brukerne. Det handler om hvem som driver scenenekt og har blitt reelle portvakter. Skal det være teknologiselskapene eller andre institusjoner? De internasjonale sosiale medieselskapene er vanskelig å regulere. De er klar over sin egen posisjon og har prøvd å "selvregulere" plattformene. Under visse omstendigheter har det vært vellykket, men det er fortsatt et stort problem med uønsket innhold.

I den politiske aktivismen på sosiale medier ser vi et asymmetrisk forhold til scenenekt. Høyresiden har blitt mye mer isolert av scenenekt, noe som kan være skadelig for debattklimaet. Det kan argumenteres for at dette er et nødvendig onde, men den nåværende situasjonen er ikke tilfredsstillende med tanke på de negative konsekvensene scenenekt har på den politiske diskusjonen av- eller på sosiale medier. En mulig løsning kan være å skille mellom politisk tale og andre typer innhold når man sceneneker. Om vi bruker anti-vaksinerings innholdet på sosiale medier som et eksempel, vil mange mene at dette er politisk, men det er i stor grad helsesrelatert. Da blir det et definisjonsspørsmål. De sosiale medieselskapene burde ikke ha den makten til å bestemme hva som er og ikke er politisk, sett i lys av de fire kriteriene.

5.0 Konklusjon

I det liberale samfunnet er det et paradoks at vi på den ene siden tilstreber ytringsfrihet, men på en annen side må verne borgerne mot desinformasjon og falske nyheter ved hjelp av scenenekt. Jeg har belyst at vi trenger begrensninger i ytringsfriheten, og at sosiale medieselskaper ikke burde ha enerett som portvakter. Sosiale medieselskaper ønsker ikke forandring og har fått offentlig kritikk og press på seg for å rydde opp i innholdet på sine plattformer. I fremtiden er det viktig å reklassifisere teknologiselskaper slik at de faller inn under regelverket til tradisjonelle medier. De store sosiale medieselskapene har både for stor makt og for lite ansvar for sitt innhold. Konsekvensene av dette er en økning i antall falske nyheter, desinformasjon og polarisering i den offentlige debatten.

I drøftingen så jeg på helheten. Vurderingskriteriene omhandler hverandre og er ikke uavhengige. Jeg synliggjør at scenenekt kan ha positive og negative påvirkninger på samfunnet og på media, men at den nåværende situasjonen ikke er tilfredsstillende. Selv om de sosiale medieselskapene har gjort mye for å forbedre situasjonen på sine plattformer, er det ikke fordi de er altruistiske. De prøver å forhindre å bli klassifisert som medieselskaper. Det er etter min mening et av hovedproblemene i mange av de kritiske spørsmålene om scenenekt på sosiale medieplattformer. Scenenekt er et viktig verktøy som verken er ulovlig eller står i motsetning til ytringsfriheten. Problemet oppstår når teknologiselskapene opptrer som portvakter av informasjon.

Autoritet og ansvarliggjøring ligger hos sosiale medieselskaper og ikke hos myndighetene. Dette skaper en virkelighet der disse selskapene har mye makt over samfunnsdiskusjoner. Det er nesten umulig å drive aktivisme i dag uten sosiale medier, og forskjellsbehandling mellom tradisjonell media og sosiale media skaper en ubalanse i maktforholdet. Derfor burde det i fremtiden utarbeides lovverk som regulerer teknologiselskapene, slik at sosiale medier fortsatt kan være åpne forumer som stimulerer til fruktbare samfunnsdebatter.

Det kan være interessant å undersøke hvilke muligheter som ligger i reklassifisering av teknologiselskaper og algoritme-endringer, slik at de kan bli bedre portvakter. Dette temaet kommer til å ha stor betydning i fremtiden både for journalistikken, og vår evne til å kommunisere i det offentlig rom.

Litteraturliste:

- Aliapoulios, M., Bevensee, E., Blackburn, J., & De Cristofaro, E. S., Gianluca Zannettou, Savvas. (2021). An Early Look at the Parler Online Social Network. .
- Brurås, S. (2015). *Nyhetsvurderinger. På innsiden av fem redaksjoner* (Vol. 1): IJ-forlaget.
- European Commission. (2021). *The EU Code of conduct on countering illegal hate speech online*. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-code-conduct-countering-illegal-hate-speech-online_en
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2019). *Media/society : technology, industries, content, and users* (Sixth edition. ed.). Los Angeles: SAGE.
- David, M. (2021). *Freedom of Speech*. <https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/freedom-speech>.
- DeChiraro, D. (2021). Social media algorithms threaten democracy, experts tell senators. *Rollcall*. Retrieved from <https://www.rollcall.com/2021/04/27/social-media-algorithms-threaten-democracy-experts-tell-senators/>
- Dickson, A. (2021). Boris Johnson's free speech brigade takes aim at Big Tech regulation. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.eu/article/uk-free-speech-boris-johnson-big-tech-google-facebook-safety-online-safety-bill/>
- Figenschou, T. U., & Ihlebæk, K. A. (2019). Challenging Journalistic Authority. *Journalism Studies*, 20(9), 1221-1237. doi:10.1080/1461670X.2018.1500868
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197-1201. doi:10.1126/science.abb2428
- Freeman, J. (2000). *A Short History of the University of California*
- Speaker Ban. Retrieved from <https://www.jofreeman.com/sixtiesprotest/speakerban.htm>
- Furunes, E. W. (2019). Slik stemmer norske journalister – forsvinner fra høyresiden. *Journalisten*. Retrieved from <https://journalisten.no/arbeiderpartiet-bergen-erik-knudsen/slik-stemmer-norske-journalister--forsvinner-fra-hoyresiden/362728>
- Gerstein, J. (2021). Justice Thomas grumbles over Trump's social media ban. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.com/news/2021/04/05/justice-clarence-thomas-trump-twitter-ban-479046>
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3), 347-364. doi:10.1177/1461444809342738
- Goldzweig, R., Wachinger, M., Stockmann, D., & Römmele, A. (2018). *Beyond Regulation: Approaching the challenges of the new media environment*. Paper presented at the Dahrendorf Forum.
- Google. (2021). *YouTube Community Guidelines enforcement*. Retrieved from <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=en>
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council*, 9(3), 4.
- Gypsyamber D'Souza, D. D. (2021). What is Herd Immunity and How Can We Achieve It With COVID-19? *John Hopikns Bloomberg School of public health*. Retrieved from <https://www.jhsph.edu/covid-19/articles/achieving-herd-immunity-with-covid19.html>
- Holmes, R. (2016). The Problem Isn't Fake News, It's Bad Algorithms—Here's Why. *Observer*. Retrieved from <https://observer.com/2016/12/the-problem-isnt-fake-news-its-bad-algorithms-heres-why/>
- Humprecht, E., Esser, F., & Van Aelst, P. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 493-516. doi:10.1177/1940161219900126
- Iversenen, I. A. (2018). Det totalitære begynner ikke ved å oppfordre til et minimum av anstendighet i avisenes kommentarfelt. *Aftenposten*. Retrieved from

- <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/5VgRyK/det-totalitaere-begynner-ikke-ved-aa-oppfordre-til-et-minimum-av-anstend>
- Kallelid, M., & Veberg, A. (2021). En av fire unge tror mediene deler falske nyheter med vilje. *Aftenposten*. Retrieved from <https://www.aftenposten.no/kultur/i/pAzV6o/en-av-fire-unge-tror-mediene-deler-falske-nyheter-med-vilje>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Koebler, J. (2018). Deplatforming Works *Vice*. Retrieved from <https://www.vice.com/en/article/bjbp9d/do-social-media-bans-work>
- Krafft, P., & Donovan, J. (2020). Disinformation by design: The use of evidence collages and platform filtering in a media manipulation campaign. *Political Communication*, 37(2), 194-214.
- Lackey, J. (2018). *Academic Freedom*: OUP Oxford.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., . . . Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. doi:10.1126/science.aao2998
- Lee, T. B. (2016). The top 20 fake news stories outperformed real news at the end of the 2016 campaign. *Vox*. Retrieved from <https://www.vox.com/new-money/2016/11/16/13659840/facebook-fake-news-chart>
- Lee, Y., & Kim, K. H. (2020). De-motivating employees' negative communication behaviors on anonymous social media: The role of public relations. *Public Relations Review*, 46(4), 101955. doi:<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101955>
- Lima, C. (2021). Facebook, YouTube, Twitter execs to testify at Senate hearing on algorithms. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.com/news/2021/04/23/facebook-youtube-twitter-testify-senate-484456>
- Lima, C. (2021). Meet the people deciding Trump's fate on Facebook. *Politico*. Retrieved from <https://www.politico.com/news/2021/05/04/trump-facebook-oversight-board-485309>
- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S. J., de Graaf, K., & Larson, H. J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature Human Behaviour*, 5(3), 337-348. doi:10.1038/s41562-021-01056-1
- Marks, W. (2021). De-platforming Is a Fix, But Only a Short-Term One. *Just Security*. Retrieved from <https://www.justsecurity.org/74342/de-platforming-is-a-fix-but-only-a-short-term-one/>
- Mourão, R. R., Thorson, E., Chen, W., & Tham, S. M. (2018). Media Repertoires and News Trust During the Early Trump Administration. *Journalism Studies*, 19(13), 1945-1956. doi:10.1080/1461670X.2018.1500492
- Pengelly, M., & Paul, K. (2021). Trump's Facebook ban should not be lifted, network's oversight board rules. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2021/may/05/donald-trump-facebook-account-ban-oversight-board>
- Perlman, M. (2021). The rise of deplatform. *Columbia Journalism Review*. Retrieved from https://www.cjr.org/language_corner/deplatform.php
- Philip, N., & Robyn, C. (2017). Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters. *First Monday*, 22(5). doi:10.5210/fm.v22i5.7051
- Popper, K. (1971). *The open society and its enemies*. Princeton: N.J: Princeton University Press. .
- Ribeiro, M., Jhaver, S., Zannettou, S., Blackburn, J., De Cristofaro, E., Stringhini, G., & West, R. (2020). *Does Platform Migration Compromise Content Moderation? Evidence from r/The_Donald and r/Incels*.
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213-229. doi:10.1177/0267323120922066
- Smith, D. (2021). Hillary Clinton: 'There has to be a global reckoning with disinformation. *The Guardian* Retrieved from <https://www.theguardian.com/us-news/2021/may/06/hillary-clinton-guardian-disinformation-big-tech-facebook>

- Smith, E. (2016). A Policy Widely Abused: The Origins of the “No Platform” Policy of the National Union of Students. *History and Policy*. Retrieved from <https://www.historyandpolicy.org/opinion-articles/articles/a-policy-widely-abused>
- Twitter-Inc. (2021). Permanent suspension of @realDonaldTrump. Retrieved from https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html
- Uberti, D. (2019). Milo Yiannopoulos Says He's Broke. *Vice*. Retrieved from <https://www.vice.com/en/article/59n99q/milo-yiannopoulos-says-hes-broke>
- Wilson, S. L., & Wiysonge, C. (2020). Social media and vaccine hesitancy. *BMJ Global Health*, 5(10), e004206. doi:10.1136/bmjgh-2020-004206
- Y. Benkler, R. Faris, & Roberts, H. (2018). Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics *Oxford Univ. Press*.
- Zannettou, S., Bradlyn, B., Cristofaro, E. D., Kwak, H., Sirivianos, M., Stringini, G., & Blackburn, J. (2018). *What is Gab: A Bastion of Free Speech or an Alt-Right Echo Chamber*. Paper presented at the Companion Proceedings of the The Web Conference 2018, Lyon, France. <https://doi.org/10.1145/3184558.3191531>