



FFI Forsvarets
forskningsinstitutt



Analyse & Tall



COMMON
CONSULTANCY

23/02392

FFI-RAPPORT

Kartlegging av utenlandsk informasjons- påvirkning på sosiale medier før, under og etter kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023

Eskil Grendahl Sivertsen

Paul M H Buvarp

Håvard Lundberg ¹

Louise Madsen ²

Thomas Albrechtsen ²

Maria K.K. Andersen ²

Anna Shams Ili ²

¹ Analyse & Tall

² Common Consultancy

Kartlegging av utenlandsk informasjons- påvirkning på sosiale medier før, under og etter kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023

Eskil Grendahl Sivertsen

Paul M H Buvarp

Håvard Lundberg ¹

Louise Madsen ²

Thomas Albrechtsen ²

Maria K.K. Andersen ²

Anna Shams Ili ²

Forsvarets forskningsinstitutt (FFI)

¹ Analyse & Tall

² Common Consultancy

11. desember 2023

Emneord

Påvirkningsoperasjoner
Desinformasjon
Valgpåvirkning
Informasjonspåvirkning

FFI-rapport

23/02392

Prosjektnummer

1582

Elektronisk ISBN

978-82-464-3502-2

Engelsk tittel

Mapping foreign influence on social media before, during and after the Norwegian municipal and county council elections in 2023

Godkjenner

Stig Rune Sellevåg, *forskningsleder*
Janet Blatny, *forskningsdirektør*

Dokumentet er elektronisk godkjent og har derfor ikke håndskreven signatur.

Opphavsrett

© Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Publikasjonen kan siteres fritt med kildehenvisning.

Sammendrag

På oppdrag fra Kommunal- og distriktsdepartementet har Forsvarets forskningsinstitutt (FFI) sammen med Analyse & Tall og Common Consultancy startet en kartlegging av hvorvidt utenlandske aktører forsøker å påvirke nordmenn på sosiale medier i forbindelse med norske valg i perioden 2023–2025. Denne rapporten er den første i prosjektet og vurderer perioden før, under og rett etter kommunestyre- og fylkestingsvalget i 2023.

I vurderingen bygger vi på kunnskap om fenomenutvikling siden forrige kartlegging av informasjonspåvirkning i forbindelse med stortingsvalget 2021. Vi benytter oss av «Five Pillars»-rammeverket for å kategorisere statlige påvirkningsaktører og beskriver både det russiske og det kinesiske påvirkningsnettverket.

Ettersom vurderingen krever datadrevne analyser, prioriterer vi ulike sosiale medieplattformer ulikt ut ifra popularitet i den norske befolkningen, egnethet for påvirkningsaktører og hvilke brukere som nås. De ulike plattformene gir også et noe ulikt tilfang av data. Selv om analysene bygger på data samlet inn fra Facebook, X/Twitter, Telegram og TikTok, er hovedvekten av dataene hentet fra Facebook og X/Twitter.

Det finnes klare begrensninger for hva en kartlegging av aktiviteter på sosiale medier kan finne. Sosiale medier er et stort og uforutsigbart økosystem som byr på utfordringer med reliabilitet og validitet. Dessuten må det tas klare forbehold for å ivareta personvern, opphavsrett og etiske retningslinjer.

Vurderingen består av fire analyser.

Den første analysen fant at hverken russiske eller kinesiske aktører utviste noen signifikant interesse for Norge i perioden. Vi fant enkeltsaker som pekte mot forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører, men disse var såpass begrenset i omfang eller lite målrettet at vi vurderer at de hadde liten til ingen effekt.

Den andre analysen viste at noen lenker til det russiske eller kinesiske påvirkningsnettverket ble spredt på sosiale medier i den aktuelle perioden, men at disse ble spredt av autentiske nordmenn.

Gjennom den tredje analysen avdekket vi to mulige forsøk på koordinert, inautentisk påvirkning. Disse forsøkene mener vi ikke hadde som mål å påvirke valget eller undergrave tilliten til norske politikere og myndigheter. Forsøkene var i tillegg av et slikt begrenset omfang at de trolig hadde liten til ingen effekt.

I den fjerde analysen fant vi ingen indikasjoner på at utenlandske aktører hadde forsøkt å så tvil om valget. Kritikken på sosiale medier kom fra norske profiler vi anser som autentiske.

Den samlede vurderingen er dermed at vi ikke har funnet noen tegn på at utenlandske aktører forsøkte å påvirke selve kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023. De eksemplene på utenlandsk informasjonspåvirkning vi fant var av et så beskjedent omfang eller ikke målrettet at vi vurderer at de sannsynligvis hadde liten til ingen effekt.

Summary

On behalf of the Ministry of Local Government and Regional Development, the Norwegian Defence Research Establishment (FFI) in collaboration with Analyse & Tall and Common Consultancy initiated an assessment to determine whether foreign actors attempt to influence Norwegians on social media in connection with the Norwegian elections in the period of 2023–2025. This report is the first in this project, evaluating the period before, during and immediately after the municipal and county council elections in 2023.

The assessment is based on the development of the phenomenon since the last evaluation of the parliamentary elections in 2021. It uses the ‘Five Pillars’ framework to categorise state influence actors and describes both the Russian and Chinese influence networks.

The social media platforms selected and are prioritised differently based on their popularity in the Norwegian population, suitability for influence actors, the types of users they attract and which data they give access to. We have collected data from Facebook, X/Twitter, Telegram, and TikTok, with the majority coming from Facebook and X/Twitter. There are several limitations to our analyses. Social media comprise a vast and unpredictable ecosystem that presents challenges with regards to reliability and validity. Also, considerations must be taken to safeguard privacy, copyright, and ethical guidelines.

The evaluation is based on four analyses:

The first analysis found that neither Russian nor Chinese actors showed any significant interest in Norway during the period. Some cases indicated attempts at information influence from foreign entities, but these were either limited in scope or poorly targeted and had little or no effect.

The second analysis revealed that links to Russian or Chinese influence networks were shared on social media during the relevant period, but they were spread by authentic Norwegian profiles.

Through the third analysis, two possible attempts at coordinated, inauthentic influence were uncovered. These attempts were not aimed at the elections or at undermining trust in Norwegian politicians and authorities. They were also limited in scope and probably had minimal to no effect.

The fourth analysis found no evidence that foreign actors tried to sow doubt about the validity of the elections. Election criticism on social media came exclusively from users deemed to be authentic Norwegians.

The overall assessment is therefore that we have not found any signs of foreign information manipulation and interference (FIMI) aimed at the Norwegian municipal and county council elections in 2023. The examples of foreign information influence we did find were so limited or poorly targeted that they in all probability had little to no effect.

Innhold

Sammendrag	3
Summary	4
Innhold	5
Forord	8
1 Innledning	9
1.1 Begrepsavklaringer	10
1.2 Om oppdraget	11
2 Utvikling siden kartlegging i 2021	12
2.1 Aktører	12
2.2 Plattformen	13
2.3 Teknologi og virkemidler	14
2.4 Oppsummering	14
3.1 Operasjonelt rammeverk	14
3.2 Forskningsdesign	16
3.3 Teoretisk modell for kartlegging av statlige påvirkningsnettverk	17
3.4 Bakgrunn	22
3.4.1 Beskrivelse av det russiske påvirkningsnettverket	22
3.4.2 Beskrivelse av det kinesiske påvirkningsnettverket	23
4 Analysedesign og datagrunnlag	24
4.1 Analysedesign	24
4.2 Datagrunnlag	26
4.2.1 Prioritering av plattformer	26
4.2.2 Innsamling av data fra Facebook	27
4.2.3 Innsamling av data fra X/Twitter	27
4.2.4 Innsamling av data fra Telegram	28
4.2.5 Innsamling av data fra TikTok	28
4.2.6 Det samlede datagrunnlaget	28

5	Utfordringer og begrensninger	29
5.1	Generelt	29
5.2	Validitet og reliabilitet	31
5.3	Personvern, opphavsrett og etikk	32
6	Analyser	33
6.1	Analyse 1 – Aktivitet fra russiske og kinesiske aktører	33
6.1.1	Oppsummering av viktigste funn	33
6.1.2	Analysens struktur	33
6.1.3	Datagrunnlag	34
6.1.4	Filtrering av data	34
6.1.5	Russland	35
6.1.6	Kina	38
6.1.7	Særegne begrensninger og utfordringer	42
6.1.8	Samlet konklusjon for analyse 1	43
6.2	Analyse 2 – Spredning av lenker til russiske og kinesiske kilder	43
6.2.1	Oppsummering av viktigste funn	44
6.2.2	Analysens struktur	44
6.2.3	Datagrunnlag	44
6.2.4	Filtrering av data	45
6.2.5	Resultater av analysen	45
6.2.6	Særegne begrensninger og utfordringer	48
6.2.7	Samlet konklusjon for analyse 2	48
6.3	Analyse 3 – Avdekking av inautentisk adferd	48
6.3.1	Oppsummering av viktigste funn	49
6.3.2	Analysens struktur	49
6.3.3	Analysemetoder	49
6.3.4	Datagrunnlag	50
6.3.5	Del-analyse 1: koordinert lenkedeling	51
6.3.6	Del-analyse 2: Bursts	54
6.3.7	Del-analyse 3: Tekstlikhet	55
6.3.8	Særegne begrensninger og utfordringer	56
6.3.9	Samlet konklusjon for analyse 3	57
6.4	Analyse 4 – Forsøk på å undergrave tilliten til valget	58
6.4.1	Oppsummering av viktigste funn	58
6.4.2	Analysens struktur	58
6.4.3	Facebook	59
6.4.4	X/Twitter	61
6.4.5	TikTok	63
6.4.6	Særegne begrensninger og utfordringer	64

6.4.7	Samlet konklusjon for analyse 4	65
7	Case-eksempler fra analysene	66
7.1	Case 1: Slik utnytter Russland saken om 42 reinsdyr	66
7.2	Case 2: Telling China's story well	68
7.3	Case 3: Kina sier Nato er svekket og drives av kaldkrigs-mentalitet	70
7.4	Case 4: Imam al-Yamani	71
7.5	Case 5: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia, Etiopia	73
8	Funn og konklusjon	77
8.1	Oppsummering av funn	77
8.2	Betraktninger	79
	Vedlegg A: OSINT-manual	81
	Vedlegg B: Populasjoner	83
	Vedlegg C: Søkordlister for å avgrense relevant innhold	85
	Søkord om valget	85
	Søkord om Norge og norske interesser (dyptgående søkordliste)	85
	Verdens land, statsledere og utenriksministre	86
	Norsk emnemodell	86
	Referanser	87

Forord

Da FFI kartla om stortingsvalget 2021 ble utsatt for uønsket påvirkning fra utenlandske aktører, var analysene begrenset til påvirkningsforsøk av valgresultatet, valgdeltakelsen og tilliten til valg gjennomføringen. Det hadde en naturlig forklaring. Oppdraget fra det daværende Kommunal- og moderniseringsdepartementet var begrenset til departementets ansvarsområde, som er gjennomføringen av valg. Basert på vår anbefaling i forrige rapport, har Kommunal og distriktsdepartementet denne gangen utvidet oppdraget til å omfatte påvirkningsforsøk i videre forstand, inkludert forsøk på påvirkning av politiske saker, undergraving av politikere og svekkelse av tillit i samfunnet.

I denne rapporten kartlegger vi dermed et bredere spekter av påvirkningsforsøk. Fremfor å undersøke om selve valget ble forsøkt påvirket, undersøker vi om nordmenn ble utsatt for utenlandsk påvirkning i perioden før, under og etterpå. For påvirkning av nordmenns virkelighetsoppfattelse og tillit trenger ikke ha som mål å påvirke et valg, men det kan få konsekvenser for samfunnet, også for om og hvordan man stemmer.

Datainnsamlingen for årets kartlegging ble avsluttet før det ble kjent at manglende stemmesedler i Moss ville føre til omvalg. Eventuelle utnyttelser av denne situasjonen i påvirkningsøyemed er dermed ikke fanget opp i våre analyser.

Bak denne rapporten ligger et omfattende arbeid med mye data som er samlet inn og analysert på relativt kort tid. Vi vil takke analyseteamet fra Analyse & Tall og Common Consultancy bestående av Niels Ørbæk Chemnitz, Clara Laue og Sofus Hegner m.fl. for uvurderlig innsats.

Kjeller, 30. november 2023

Eskil Grendahl Sivertsen og Paul M H Buvarp

1 Innledning

Fremmedstatlig innblanding i andre lands offentlige debatter og demokratiske prosesser, inkludert valg, har blitt et utbredt maktpolitisk virkemiddel. Siden den grundige dokumentasjonen av Russlands påvirkningsforsøk av det amerikanske presidentvalget i 2016, er det kartlagt forsøk på valgpåvirkning i en rekke land i hele verden.

Både Etterretningstjenesten (ETJ)¹ og Politiets sikkerhetstjeneste (PST)² peker på Russland og Kina som de viktigste statlige aktørene. Dette støttes av internasjonal litteratur og kartlegginger de siste årene.³ I tillegg har private, kommersielle aktører fått mer oppmerksomhet den siste tiden. For eksempel, i februar 2023 avslørte et internasjonalt nettverk av gravejournalister et israelsk selskap med kodenavn “Team Jorge”, som skal ha tatt på seg oppdrag for å påvirke 33 presidentvalg de siste årene gjennom hacking, sabotasje og utstrakt manipulasjon gjennom desinformasjon og koordinert inautentisk atferd på sosiale medier.⁴ Å avdekke slik manipulasjon, spesielt hvem som står bak, er krevende blant annet fordi statlige aktører benytter slike kommersielle firmaer og andre proxyaktører som mellomledd.

Valgpåvirkning kan ha som hensikt å påvirke valgresultatet, valgdeltakelsen eller tilliten til valget. Samtidig foregår det hele tiden politisk og annen påvirkning som kan ha andre hensikter enn å påvirke selve valget, men som likevel kan påvirke velgerne og valget. For eksempel kan vedvarende undergraving av tilliten mellom innbyggerne og demokratiske institusjoner ha som hensikt å svekke et lands politiske og militære beslutningsdyktighet og handlingsrom, og som sekundæreffekt føre til lavere valgdeltakelse og svekket tillit til valget. Påvirkning som detekteres i en valgperiode behøver derfor ikke ha som hensikt å påvirke selve valget, selv om det kan være en konsekvens.

Da Kommunal- og moderniseringsdepartementet (nå Kommunal- og distriktsdepartementet - KDD) utlyste oppdraget om å kartlegge utenlandsk påvirkning mot stortingsvalget 2021, var denne kompleksiteten ikke tatt høyde for. Kartleggingen var derfor avgrenset til effekter på valgresultatet, valgdeltakelsen og tilliten til valget i perioden før og under selve valget. Vi anbefalte i vår rapport at fremtidige kartlegginger legger til grunn en bredere forståelse av valgpåvirkning. I oppdraget som denne rapporten svarer på, har KDD utvidet forståelsen av fenomenet

¹ Etterretningstjenesten. (2023). *Fokus 2023: Etterretningstjenestens vurdering av aktuelle sikkerhetsutfordringer*. Hentet fra: <https://www.etterretningstjenesten.no/publikasjoner/fokus/fokus-norsk/Fokus2023%20-%20NO%20-%20Weboppslag%20v3.pdf>

² Politiets sikkerhetstjeneste. (2023). *Nasjonal trusselvurdering 2023*. Hentet fra: https://www.pst.no/globalassets/2023/ntv/ntv_2023_nor_web.pdf

³ Se for eksempel Strategic Communications, Task Forces and Information Analysis (STRAT.2) Data Team. (Feb. 2023). *1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats: Towards a framework for networked defence*. Hentet fra: <https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/2023/EEAS-DataTeam-ThreatReport-2023..pdf>

⁴ Kirchgaessner, S., Ganguly, M., Pegg, D., Cadwalladr, C., & Burke, J. (15 feb. 2023). *Revealed: the hacking and disinformation team meddling in elections*. Hentet fra The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2023/feb/15/revealed-disinformation-team-jorge-claim-meddling-elections-tal-hanan>

“valgpåvirkning” til å også inkludere forsøk på politisk påvirkning, undergraving av politikere og svekkelse av tillit.

Det er flere aktører som kan tenkes å ha interesse av å påvirke valget eller den offentlige debatten i forbindelse med, og mellom, norske valg i perioden 2023 - 2025. Jfr. oppdragsbeskrivelsen vil vi først og fremst se på «utenlandske aktører», og da Russland og Kina iht. EOS-tjenestens trusselvurderinger. Slik vi har designet prosjektet, vil vi også kunne fange opp eventuelle illegitime påvirkningsforsøk fra andre aktører, uavhengig av om de er kjente eller ukjente, statlige eller ikke-statlige, utenlandske eller norske.

Etter innledningen redegjør for begreper, beskriver oppdraget og det operasjonelle rammeverket som brukes i prosjektet, sammenfattes utviklingen siden forrige kartlegging i 2021 i kapittel 2. Kapittel 3 tar for seg forskningsdesignet, den teoretiske modellen som benyttes i analysene og en bakgrunnsbeskrivelse av det russiske og det kinesiske påvirkningsnettverket. Videre går kapittel 4 nærmere inn på analysedesignet generelt og gir en grundig forklaring på prioritering og innsamling av ulike data. Noen utfordringer og begrensninger ved analysen drøftes i kapittel 5. Analysene gjennomgås for fullt i kapittel 6, med ett delkapittel for hver enkeltstående analyse. Til sist oppsummeres funnene og det gis noen konkluderende betraktninger i kapittel 7.

1.1 Begrepsavklaringer

Denne rapporten inneholder noen ord og begreper som kan trenge en forklaring eller presisering. Her er forståelsen vi legger til grunn.

API

Kort for “Application Programming Interface”. Kode eller et grensesnitt som muliggjør utveksling av data mellom ulike systemer og applikasjoner, som for denne rapporten gjelder nedlasting av data fra sosiale medier.

Desinformasjon

Utvikling og spredning av bevisst feilaktig eller villedende informasjon i den hensikt å påvirke menneskers virkelighetsoppfatning, holdninger og handlinger.⁵

Feilinformasjon

Feilaktig informasjon som spres i god tro uten intensjon om å villed.

⁵ Sivertsen, E. G., Hellum, N., Bergh, A., Bjørnstad, A. L. (2021). *Hvordan gjøre samfunnet mer robust mot uønsket påvirkning i sosiale medier*. Rapport nr. 21/01237. Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Hentet fra <https://ffi-publikasjoner.archive.knowledgearc.net/bitstream/handle/20.500.12242/2898/21-01237.pdf>, s. 11.

Inautentisk atferd

Aktiviteter og handlinger som ikke er utført av autentiske personer eller kan forklares som naturlig eller organisk. Eksempler er falske kontoer, bots og koordinert aktivitet for å forsterke et budskap.

Informasjonspåvirkning

Vår forståelse av “informasjonspåvirkning” er basert på EUs etablerte betegnelse “Foreign Information Manipulation and Interference” (FIMI), med følgende definisjon:

“FIMI is a mostly non-illegal pattern of behaviour that threatens or has the potential to negatively impact values, procedures and political processes. Such activity is manipulative in character, conducted in an intentional and coordinated manner. Actors of such activity can be state or non-state actors, including their proxies inside and outside of their own territory.”⁶

Malinformasjon

Sann informasjon som spres i den hensikt å påføre skade.

Påvirkningsnettverk

Brukes kun i forbindelse med omtale av Russland og Kina og beskriver nettverkene av nettsider og profiler som har en tilknytning til de to statene eller som systematisk deler innhold fra russiske eller kinesiske kilder.

1.2 Om oppdraget

Dette er første rapport av tre i et forskningsprosjekt som løper over 2,5 år - til og med 2025. Oppdragsgiver er Kommunal- og distriktsdepartementet og oppdraget ble tildelt gjennom offentlig anskaffelse våren 2023.

Oppdragets hensikt er å gi økt kunnskap om uønsket, utenlandsk påvirkning knyttet til norske valg. Kunnskapen skal skapes med bruk av forskningsbaserte metoder for å kartlegge og analysere eventuelle forsøk på målrettet, utenlandsk informasjonspåvirkning mot nordmenn i forbindelse med kommunestyre- og fylkestingsvalget i 2023 og stortings- og sametingsvalget i 2025.

Kartleggingen og analysene er ikke begrenset til kun påvirkningsforsøk av valgresultatet, valgdeltakelsen og tilliten til valggjennomføringen. De skal også inkludere forsøk på å påvirke den politiske debatten, splitte befolkningen og undergrave tilliten til politikere, norske myndigheter og det norske demokratiet gjennom hele perioden oppdraget varer.

Vår kartlegging vil inkludere spredning av desinformasjon, malinformasjon, falske nyheter og koordinert inautentisk atferd, og så langt som mulig beskrive hvilke plattformer, medier og tema som er brukt, inkludert utbredelse, opphav og målgrupper. Den vil også, så langt som mulig,

⁶ EU. (21 juli 2021). *Tackling Disinformation, Foreign Information Manipulation & Interference*. Hentet fra European Union External Action Service: https://www.eeas.europa.eu/eeas/tackling-disinformation-foreign-information-manipulation-interference_en

kunne si noe om hvorvidt aktøren(e) bak ser ut til å være utenlandske eller norske, organiserte nettverk eller enkeltaktører. Aktører vil attribueres i den grad det er teknisk og juridisk mulig.

Prosjektet skal levere til sammen tre rapporter, hhv. etter valget i 2023, på slutten av mellomåret 2024 og etter valget i 2025. Rapportene for valgårene 2023 og 2025 vil baseres på datadrevne analyser av informasjonsmiljøet på flere plattformer. Rapporten for mellomåret 2024 vil være mindre datadrevet og inneholde en gjennomgang av oppdatert kunnskap innen (valg)påvirkning hentet fra forskning, rapporter og kjente hendelser.

2 Utvikling siden kartlegging i 2021

I vår oppdragsløsning har vi lagt til grunn oppdatert kunnskap fra forskningsfronten innen FIMI og dratt veksler på arbeidet som gjøres av andre stater, etater, forskningsinstitutter, analysebyråer, EU og Nato. Her er en kort oppsummering av relevante utviklingstrekk vi har sett siden forrige kartlegging i 2021. Oppsummeringen har kun til hensikt å gi et kort, overordnet sammendrag av utviklingstrekk, med noen konkrete eksempler, som er med på å danne konteksten for kartleggingen og analysene beskrevet i denne rapporten.

2.1 Aktører

Ifølge Etterretningstjenesten⁷ og Politiets sikkerhetstjeneste,⁸ er Russland er fortsatt den største trusselaktøren mht. påvirkningsoperasjoner i tillegg til Kina. I trusselvurderingene for 2023 nevnes også Iran og Nord-Korea.

Russlands påvirkningsaktivitet er ikke begrenset til egen og vestlig befolkning. Den er betydelig i Afrika, Latin-Amerika og Asia for å forsøke å styrke Russlands posisjon og undergrave det globale sørs tillit til Vesten og Europa, demokratiske verdier og en rettsbasert verdensorden. Aktiviteten har økt etter Russlands fullskala invasjon av Ukraina 24.2.22.⁹

Kina støtter russiske påvirkningsoperasjoner ved å forsterke og dele russisk propagandainnhold mot målgrupper i Kina og Sørøst-Asia.¹⁰ Kina fortsetter å kopiere russiske metoder, og skal for

⁷ Etterretningstjenesten (2023).

⁸ Politiets sikkerhetstjeneste (2023).

⁹ Strategic Communications (2023)

¹⁰ *Ibid.*

eksempel i det kanadiske valget i 2021 ha forsøkt å få gjenvalgt Trudeau og bekjempe konservative kanadiske politikere kritiske til Kina.¹¹

Iran har utviklet metoder for informasjonspåvirkning inspirert av Russland.¹² Man ser også mer aktivitet fra aktører fra Midtøsten, også i Skandinavia.¹³ I tillegg kan det nevnes at private aktører selger profesjonelle påvirkningstjenester, som gjør trusselbildet mer komplekst og attribusjon mer krevende.¹⁴ Og nasjonale aktører (til forskjell fra fremmedstatlige) tar i bruk virkemidler vi kjenner fra russiske påvirkningsoperasjoner.¹⁵ I stort er det et aktørkart i stadig utvikling.

2.2 Plattformer

De etablerte plattformene, som bl.a. Facebook, X/Twitter, Instagram og YouTube fortsetter å fjerne falske kontoer og desinformasjonsnettverk, men ser ut til å lykkes i begrenset grad.¹⁶ Allikevel har løpende tekniske endringer i hvordan plattformer som X/Twitter fungerer, lagt til rette for bredere spredning av russisk feilinformasjon.¹⁷

Den kinesiske plattformen TikTok stiger i popularitet til tross for kritikk om at appen er bygget opp som spionvare, usikkerhet rundt datadeling med kinesiske myndigheter og indikasjoner på at den brukes som et påvirkningsverktøy.¹⁸

Telegram har steget i popularitet, spesielt blant personer med lav tillit til de amerikanske plattformene og miljøer som deler konspirasjonsteorier og desinformasjon. Mye innhold, spesielt ifm. krigen i Ukraina, legges først ut på Telegram og spres derfra til andre plattformer.¹⁹

¹¹ Fife, R. & Chase, S. (17 feb. 2023). *CSIS documents reveal Chinese strategy to influence Canada's 2021 election*. Hentet fra The Globe and Mail: <https://www.theglobeandmail.com/politics/article-china-influence-2021-federal-election-csis-documents>

¹² Hassaniyan, A. (1 nov. 2022). *How Longstanding Iranian Disinformation Tactics Target Protests*. Hentet fra Fikra Forum: <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/how-longstanding-iranian-disinformation-tactics-target-protests>

¹³ TT. (3 feb. 2023). *Kampanj mot socialtjänsten ska mötas tuffare*. Hentet fra Göteborgs-Posten: <https://www.gp.se/nyheter/sverige/kampanj-mot-socialtj%C3%A4nsten-ska-m%C3%B6tas-tuffare-1.91385886>

¹⁴ Kirchgaesser, et al. (2023).

¹⁵ Schori, M. (3 mars 2018). *SD drev hemliga trollsidor – på Facebook*. Hentet fra Aftonbladet: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/samhalle/a/1koV4J/sd-drev-hemliga-trollsidor--pa-facebook>

¹⁶ Nato Strategic Communications Centre of Excellence. (2022). *Social Media Manipulation 2021/2022: Assessing the ability of social media companies to combat platform manipulation*. Hentet fra: https://stratcomcoe.org/publications/download/20220429_Social_media_manipulation-FOR-WEB.pdf

¹⁷ Menn, J., (22 feb. 2023). *Russian propagandists are buying Twitter blue-check verifications*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/02/22/russian-propagandists-said-buy-twitter-blue-check-verifications/>

¹⁸ Baker-White, E., Martin, I. (1 des. 2022). *On TikTok, Chinese State Media Pushes Divisive Videos About U.S. Politicians*. Hentet fra Forbes: <https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2022/11/30/tiktok-chinese-state-media-divisive-politics/>

¹⁹ Bergengruen, V. (21 mars 2022). *How Telegram Became the Digital Battlefield in the Russia-Ukraine War*. Hentet fra Time: <https://time.com/6158437/telegram-russia-ukraine-information-war/>

2.3 Teknologi og virkemidler

Dataverktøy basert på kunstig intelligens (KI) har modnet vesentlig og er allment tilgjengelig. Syntetisk produksjon av tekst, bilder, videoer (deepfakes), nettsider og innhold på nett (automatisk oversettelse) og i sosiale medier kan derfor utføres raskt, billig og på industriell skala.

Den raske utviklingen innen KI vil anspore nye teknologier og virkemidler for påvirkning. Dette vil kreve stadig nye metoder for kartlegging og analyse, samt fleksibilitet i digitale undersøkelser.

2.4 Oppsummering

Russland og Kina er fortsatt de største og mest relevante fremmedstatlige påvirkningsaktørene. For begge statene er informasjonspåvirkning et maktpolitisk virkemiddel for å fremme egne interesser og geopolitiske innflytelse på bekostning av Vestens. Begge stater forsøker å påvirke vestlige staters demokratiske verdier og prosesser, inkludert valg. Kina kopierer stadig russiske metoder, og bistår Russland med å spre russisk propaganda. Aktørbildet kompliseres stadig ved at flere aktører, både statlige, politiske og kommersielle, benytter illegitime virkemidler for å påvirke målgrupper. De sosiale medieselskapene evner i begrenset grad å forhindre trusselaktørenes aktiviteter. Mulighetsrommet for påvirkning er i konstant endring. Kunstig intelligens er blitt tilstrekkelig modent og tilgjengelig til at aktører kan produsere falske nettsider og innhold på industriell skala, i tillegg til nye og hittil ukjente manipulasjonsmetoder for å skape kognitive effekter. Dette stiller høyere krav til kartlegging og analyse og fleksibilitet i utførelsen. Denne situasjonsforståelsen ligger til grunn for vår kartlegging og analyse i denne rapporten.

3 Forskningsdesign, teori og bakgrunn

I dette kapittelet gjennomgås det overordnede operasjonelle rammeverket, forskningsdesignet, bakenforliggende teori og noe bakgrunnsinformasjon. Dette gir et godt grunnlag for de videre analysene og setter dem i en større kontekst.

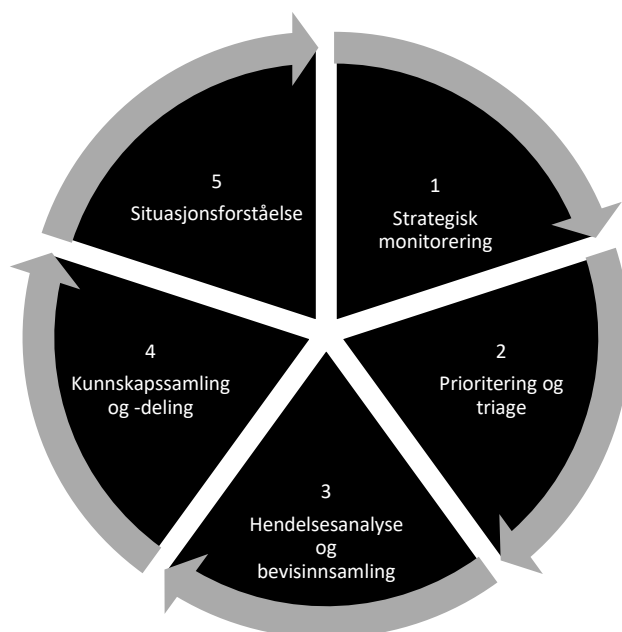
3.1 Operasjonelt rammeverk

I vår oppdragsløsning har vi tatt utgangspunkt i operasjonelle rammeverk som representerer forskningsfronten på forståelse og håndtering av påvirkningsoperasjoner, bygget på European

External Action Services (EEAS) Stratcom divisions *Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats – Towards a framework for networked defence* (2023).²⁰

Prosjektet følger fem faser basert på EEAS Stratcom divisions modell “Self-reinforcing workflow for strategically analysing incidents of Foreign Information Manipulation and Interference (FIMI)”. FIMI-syklusen (figur 3.1) er en enkel og etablert modell som viser de ulike fasene av arbeidsflyten i denne typen kartlegginger. En “runde” representerer arbeidsflyten i én kartlegging. Den begynner med datainnsamling (1) og slutter med situasjonsforståelse (5). I prosjektet vil vi gjennomføre tre sykluser, én for hver rapport. Hver rapport (steg 4) vil være et viktig bidrag til oppdatert situasjonsforståelse. Basert på den oppdaterte situasjonsforståelsen vil vi kunne vurdere behovet for å gjøre justeringer og tilpasninger for neste syklus.

Modellen har 5 faser.



Figur 3.3.1 Selyforsterkende arbeidsflyt for strategisk analyse av FIMI-hendelser (Foreign Information Manipulation and Interference). EEAS, 2023.

Fase 1 – Strategisk monitorering

Her kartlegges informasjonsmiljøet systematisk for å avdekke aktiviteter fra kjente påvirkningsaktører.

Fase 2 – Prioritering og triage

Datainnsamlingen vil erfaringsmessig produsere store mengder data, og ikke alt er like relevant

²⁰ Strategic Communications (feb. 2023)

for oppdraget. I fase 2 prioriteres hva slags data vi trenger for å besvare spørsmålene som ønskes besvart i oppdraget.

Fase 3 – Hendelsesanalyse og bevisinnsamling

Her identifiseres og analyseres påvirkningsforsøk (hendelser) og beviser samles inn.

Fase 4 – Kunnskapssamling og –deling

Her samles kunnskapen vi har fått gjennom fasene 1-3, inkludert konklusjoner, og de deles med oppdragsgiver, relevante myndigheter og offentligheten.

Fase 5 – Situasjonsforståelse

Her sammenstiller vi vår kunnskap fra rapporten (Fase 4) og fra andre, internasjonale kilder og forskning i perioden for å oppdatere vår felles situasjonsforståelse. Basert på den, vil vi – i dialog med oppdragsgiver - foreslå eventuelle justeringer av oppdragets innretning og parameterne i fasene 1-3, før syklusen går en ny runde.

3.2 Forskningsdesign

Som i FFI-rapporten *Uønsket utenlandsk påvirkning? Kartlegging og analyse av stortingsvalget 2021*²¹ har vi valgt å ta utgangspunkt i en nullhypotese. Hypotesen er at nordmenn *ikke* har blitt utsatt for målrettede påvirkningsforsøk fra utenlandske aktører på sosiale medier i perioden vi har undersøkt (1. Juli – 17. September, 2023). Gjennom fire ulike analyser forsøker vi å finne empirisk belegg for at hypotesen kan motbevise. De fire analysene har ulike tilnærming og utfyller hverandre for å danne et helhetsbilde. Analysenes formål omtales overordnet her. Etter som analysene har denne ulike tilnærmingen, blir design og metode beskrevet for hver enkelt analyse i egne underkapitler senere i kapittelet.

De fire analysene er selvstendige med hvert sitt avgrensede formål, metode, data og konklusjon. Mens ingen av dem vil kunne motbevise nullhypotesen alene, er hensikten å belyse informasjonsmiljøet fra flere komplementerende vinkler som i sum vil kunne gi oss et grunnlag for å kunne vurdere om utenlandske aktører har forsøkt å påvirke nordmenn i perioden vi har undersøkt, og innenfor dette prosjektets rammer.

For å skape kontekst til analysene, har vi benyttet et teoretisk rammeverk utviklet av Global Engagement Center (GEC) under US Department of State.²² Rammeverket danner det teoretiske fundamentet for rapportens empiriske datagrunnlag. Dette beskrives i neste delkapittel.

²¹ Sivertsen, E. G., Bjørgul, L., Lundberg, H., Endestad, I., Bornakke, T., Kristensen, J. B., Christensen, N. M., & Albrechtsen, T. (2022). *Uønsket utenlandsk påvirkning? - kartlegging og analyse av stortingsvalget 2021*. Rapport nr. 21/02746. Forsvarets forskningsintitutt (FFI). Hentet fra: <https://www.ffi.no/publikasjoner/arkiv/uonsket-utenlandsk-pavirkning-kartlegging-og-analyse-av-stortingsvalget-2021>

²² Global Engagement Center. (2020). *GEC Special Report: Russia's Pillars of Disinformation and Propaganda*. U.S. Department of State. Hentet fra: <https://www.state.gov/russias-pillars-of-disinformation-and-propaganda-report/>

3.3 Teoretisk modell for kartlegging av statlige påvirkningsnettverk

Utenlandske aktører kan benytte en rekke ulike metoder og virkemidler til informasjonspåvirkning. For å kunne identifisere og se sammenhenger mellom dem, har vi benyttet modellen “*Five Pillars of Russia’s Disinformation and Propaganda Ecosystem*” som teoretisk rammeverk. Modellen er utviklet av Global Engagement Center (GEC) under US Department of State.²³ Fordelen med GEC-modellen er at den beskriver og rommer fenomenet informasjonspåvirkning som mer enn enkelthendelser og samtidig utgjør et rammeverk for å studere informasjonspåvirkning empirisk.

Modellen ble brukt i den forrige kartleggingen vi gjorde av uønsket påvirkning mot stortingsvalget 2021²⁴ og er også gjengitt i FFI-rapporten “*Hvordan gjøre samfunnet mer robust mot uønsket påvirkning i sosiale medier*” som er utarbeidet på vegne av Justis- og beredskapsdepartementet.²⁵

GEC-modellen beskriver Russlands økosystem for propaganda og desinformasjon, som vi i denne rapporten omtaler som “påvirkningsnettverk”. Vi er ikke kjent med at det finnes en modell som beskriver det kinesiske økosystemet på tilsvarende måte. Ved kartleggingen av uønsket utenlandsk påvirkning av stortingsvalget 2021, fant vi at GECs modell er egnet som et teoretisk rammeverk også for å kartlegge kinesisk påvirkning. Det gjør vi også i denne rapporten.

Det er det tre grunner til.

For det første tar modellen høyde for at påvirkningsoperasjoner har blitt stadig mer sofistikerte og i dag fungerer gjennom et større økosystem av kanaler, aktører og virkemidler. I rammeverket beskrives dette økosystemet gjennom fem pilarer i spekteret fra åpent til fordekt.

For det andre er rammeverket godt egnet som metodisk og analytisk verktøy for å sortere mellom ulike former for påvirkningsaktivitet og se disse i sammenheng med hverandre.

For det tredje passer det godt til vårt formål da vi har tilgang til data fra en rekke digitale plattformer og kilder som muliggjør en bred avdekning av potensielle påvirkningsoperasjoner, samt hvordan innhold fra disse kan spres mellom forskjellige digitale plattformer.

GECs modell, også kalt «Five Pillars»-modellen, beskriver hvordan Russland bruker en kombinasjon av offisiell myndighetskommunikasjon, statseide nyhetssider og tilsynelatende uavhengige stedfortredersider (proxy-kilder) i tillegg til falske og ekte profiler og bots på sosiale medier i den hensikt å påvirke utenlandske befolkninger. Modellen er gjengitt i figur 3.2.

²³ *Ibid.*

²⁴ Sivertsen, *et al.* (2022).

²⁵ Sivertsen, Hellum, Bergh, & Bjørnstad (2021).



Figur 3.2 “Pillars of Russia’s disinformation and propaganda ecosystem” som beskriver hvordan Russlands virkemidler og aktører kan deles inn i fem kategorier, eller pillarer, i spennet mellom det som er synlig og det som er fordekt.²⁶

GECs modell identifiserer fem kategorier av aktører og virkemidler i spennet mellom det som er synlig (til venstre) til det som er fordekt (til høyre). Kategoriene kan på norsk forklares som:

1. Offisiell myndighetskommunikasjon: Offisielle, statlige kilder og uttalelser
2. Statsfinansierte medier: Medier og institusjoner med åpen statlig tilknytning
3. Kultivering av proxykilder: Medier, institusjoner og aktører med skjult statlig tilknytning
4. Misbruk av sosiale medier: Infiltrasjon av debatter, undergravende atferd etc.
5. Cyber-basert desinformasjon: Hack & release, forfalsket innhold, forstyrrelser etc.

I tabell 3.1 beskriver vi hvordan vi vil omsette det teoretiske rammeverket til et operativt verktøy som lar oss sortere Russlands og Kinas påvirkningsflater og metoder i kategorier, for slik å

²⁶ Global Engagement Center (2020).

bedre kunne analysere eventuelle sammenhenger mellom dem. Listen over nettsider og proxy-aktører er kun eksempler fra vårt datasett. En utvidelse av tabell 3.1 finnes i vedlegg B: Populasjoner, hvor vi beskriver hvordan vi har identifisert de ulike aktørene i de tre første pilarene.

Tabell 3.1 Vår operasjonalisering og tilpasning av GECs rammeverk “Pillars of Russia’s Disinformation and Propaganda Ecosystem”, her med fokus på Russland og Kina.

Pilar	1. Offisiell myndighetskommunikasjon	2. Statskontrollerte medier	3. Kultivering av proxykilder	4. Misbruk av sosiale medier	5. Cyberbasert desinformasjon
Beskrivelse	Innhold fra russiske og kinesiske myndigheter	Russiske og kinesiske statskontrollerte medier og statsstøttede informasjonskanaler	Tilsynelatende uavhengige nettsider som forsterker russiske og kinesiske narrativer.	Infiltrasjon og manipulasjon av offentlige samtaler på sosiale medier	Cyber-operasjoner mot regjerings-sider, større virksomheter, kritisk infrastruktur mm.
Eksempler	Russiske eller kinesiske utenriks-departementer, ambassader og diplomater	Sputnik (RUS) RT (RUS) People’s Daily (CHN) Xinhua News (CHN)	Global Research (RUS) News Front (RUS) Phoenix TV (CHN) South China Morning Post (CHN)	Falske profiler på norske sosiale medier	Hack & Release, kapring/kloning av nettsider

Som rammeverk for analysene bruker vi de tre første kategoriene (pilarene) til å strukturere de ulike aktørene og kildene som inngår i de to statenes påvirkningsnettverk. Disse tre pilarene beskrives under.

Pilar 1: Offisiell myndighetskommunikasjon (1P)

Den første pilaren inneholder kilder fra Russland og Kinas offisielle myndigheter. Her har vi med statsoverhoder, regjeringsmedlemmer, sentrale medlemmer av Dumaen (Russland) og kommunistpartiet (Kina), inkludert offisielle tals- eller myndighetspersoner med en betydelig rolle, ambassadører, faste representanter i sikkerhetsråd, internasjonale organisasjoner og fora, samt utvalgte departementer som har interesser relatert til Norge (som handel, utenriks og forsvar).

Pilar 2: Statsfinansierte medier, journalister og informasjonskanaler (2P)

Den andre pilaren inneholder kilder fra statskontrollerte og statsfinansierte russiske og kinesiske medier, inkludert internasjonale utgaver av disse. I tillegg til selve mediene, har vi inkludert

journalister som skriver for dem i de tilfellene der journalistenes profiler på sosiale medier er tilknyttet virket som journalist.

Alle aktører i andre pilar (2P) kjennetegnes ved at de er statsfinansiert av enten Russland eller Kina og underlagt en viss statlig redaksjonell kontroll. I tillegg har de vært involvert i dokumenterte tilfeller av spredning av propaganda og desinformasjon. Det er, med andre ord, ikke tilstrekkelig at mediet er pro-russisk eller pro-kinesisk for at det skal karakteriseres som en del av de to statenes påvirkningsnettverk i pilar 2. Eksempelvis, alle versjoner av RT og Sputnik News regnes som russiske 2P-aktører,²⁷ sammen med mindre nyhetssider og medier som radioen Vesti FM og personer som Marina Yudenich, som skriver for RT.²⁸

Kina har en omfattende statlig mediekontroll, og det betyr at de store kinesiske mediene defineres som 2P-aktører.²⁹ Det gjelder for eksempel People's Daily, China Daily og Beijing Daily inkludert alle deres utenlandske versjoner. I tillegg har Kina en rekke statsfinansierte influensere som også sprer desinformasjon, som for eksempel Suad Ye, som også karakteriseres som 2P-aktører.³⁰ På Facebook er disse influenserne merket som kinesiske, statsstøttede medier.³¹

Pilar 3: Kultivering av proxykilder (3P)

Den tredje pilaren består av uoffisielle aktører som utgjør en viktig del av både det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket, og derfor også vår kartlegging. Proxykilder er hjemmesider, fora, organisasjoner og personer som er tilsynelatende uavhengige, men som er støttet eller under innflytelse av russiske eller kinesiske statlige aktører. I denne kategorien inkluderes også aktører som systematisk skaper, deler eller forsterker innhold som er i tråd med de narrative som Russland og Kina sprer.³² Et typisk trekk ved disse er at de er basert utenfor Russland og Kina og henvender seg til et internasjonalt publikum.

Russiske eksempler på proxykilder er nettmedier som Voltairenet og Russkaya Vesna.³³ Voltairenet er et godt eksempel. De beskriver seg selv som ”a non-aligned press network, specialized in the analysis of international relations”, som har som hensikt å vise at ”contrary to what the major news agencies present, the world is not composed of Good (Westerners) and Bad (everyone else)”.³⁴ Andre russiske proxykilder er radiovert Anna Shafran og den russisk-ukrainske

²⁷ Ibid. s. 34; DNI. (2017). *Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections*. Office of the Director of National Intelligence. Hentet fra: https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf

²⁸ SMAT. (2022). *[PUBLIC] SMAT - Kremlin Hunting*. Hentet fra: <https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/d/11DsQXs0ks4RWGhZCgXBmslmYozXrXeKL3TT6yaPEeYk/htmlview?pli=1#>

²⁹ Cook, S., Datt, A., Young, E., & Han, B. (2022). *Beijing's Global Media Influence*. Freedom House.

³⁰ Watts, C. (23 apr. 2021). *Russia's Disinformation Ecosystem - A Snapshot*. Hentet fra Selected Wisdom: <https://clintwatts.substack.com/p/russias-disinformation-ecosystem>

³¹ Facebook. (u.d.). *Suad Ye*. Hentet fra Facebook: <https://www.facebook.com/suadxinxin> den 20 oktober 2023

³² Golovchenko, Y., Buntain, C., Eady, G., Brown, M. A., & Tucker, J. A. (2020). Cross-Platform State Propaganda: Russian Trolls on Twitter and YouTube during the 2016 U.S. Presidential Election. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 333-544. Hentet fra <https://doi-org.ep.fjernadgang.kb.dk/10.1177/1940161220912682>

³³ EUvsDisinfo. (4 januar 2016). *DISINFO: The current Bulgarian prime minister Boiko Borissov is connected with...* Hentet fra EUvsDisinfo: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-current-bulgarian-prime-minister-boiko-borissov-is-connected-with>; SMAT (2022).

³⁴ The Voltaire Network. (29 mars 2016). *About Voltaire Network*. Hentet fra Voltaire Network: <https://www.voltairenet.org/article150341.html>

separatisten Oleg Tsaryov.³⁵ Begge har kanaler på Telegram med henholdsvis 56 000 og 292 000 abonnenter, hvor de deler enten pro-russiske eller anti-vestlige/amerikanske innlegg.

Eksempler på proxykilder fra Kina er blant annet Discover Xinjiang, som på X/Twitter beskriver seg selv som en side for å ”Discover the real and fantastic Xinjiang here!”³⁶. Siden har som formål å tegne et bilde av Xinjiang-provinsen som et attraktivt og fint sted for å overdøve historier om menneskerettighetsbrudd overfor uighurene. Andre kinesiske proxykilder er utenlandske medier som deler pro-kinesiske narrativer uten å ha noen formell tilknytning til Kina, som for eksempel Phoenix TV og South China Morning Post i alle dens landsspesifikke versjoner.³⁷

I tabell 3.2 fremgår det hvor mange kilder vi har i vårt datasett fra Russlands og Kinas påvirkningsnettverk, fordelt på de tre pilarene.

Tabell 3.2 *Antall kilder i vår database fra Russlands og Kinas påvirkningsnettverk, fordelt på de tre pilarene.*

	Pilar 1: Offisiell myndighetskommunikasjon	Pilar 2: Statsfinansierte medier, journalister og informasjonskanaler	Pilar 3: Kultivering av proxykilder
Kina	108	233	63
Russland	68	90	379

Pilar 4: Misbruk av sosiale medier

Mens pilarene 1-3 beskriver aktører, beskriver pilar 4-5 metoder og virkemidler. I pilar 4 gir GEC eksempler på informasjonspåvirkning som samlet sett kan beskrives som “weaponization” av sosiale medier. I denne rapporten bruker vi ordet “misbruk”, da det er snakk om informasjonspåvirkning hvor statlige aktører utnytter svakheter og egenskaper i sosiale medier til å opprette falske profiler og infiltrere offentlig debatt, undergrave tillit og forsterke uenighet blant annet ved å spre desinformasjon.³⁸ Hvis man skal kartlegge forsøk på misbruk av sosiale medier i pilar 4, bør man derfor undersøke tilstedeværelsen av falske, inautentiske profiler på hjemlige sosiale medier, noe vi har gjort i våre analyser.

Pilar 5: Cyberbasert desinformasjon

Pilar 5 beskriver cyberbasert desinformasjon og metoder og virkemidler som foregår helt ferdigt. Disse inkluderer hacking og lekkning av informasjon fra nettverk, som for eksempel epost-servere (hack & release), overtakelse av nettsider for så å endre innholdet, kloning av kjente nettsider og nettaviser, forfalskninger og manipulert innhold.

³⁵ SMAT (2022).

³⁶ Discover Xinjiang. (u.d.). @DXinjiang twitter profile. Hentet fra Twitter: <https://twitter.com/DXinjiang> den 4 september 2023

³⁷ Cook, S. (2020). *Special Report 2020: Beijing's Global Megaphone*. Freedom House. Hentet fra https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijings-global-megaphone#footnote8_40knrr0

³⁸ Global Engagement Center (2020), s. 9.

Som beskrevet innledningsvis i dette underkapittelet, bruker vi GEC-modellen som teoretisk rammeverk for våre analyser fordi den beskriver og rommer fenomenet informasjonspåvirkning som mer enn enkelthendelser og samtidig utgjør et rammeverk for å studere informasjonspåvirkning empirisk.

3.4 Bakgrunn

I vår kartlegging ser vi etter både kjente aktører (Russland og Kina) og ukjente aktører. Både Russland og Kina opererer i og gjennom globale påvirkningsnettverk som beskrives kort her. Merk at med «påvirkningsnettverk» menes ikke et system hvor alle aktører og aktiviteter nødvendigvis er samordnet og koordinert. Både det russiske og det kinesiske «nettverket» består av mange ulike aktører som interagerer med hverandre i selvforsterkende økosystem.

3.4.1 Beskrivelse av det russiske påvirkningsnettverket

Som beskrevet i det foregående delkapittelet er det russiske påvirkningsnettverket omfattende og sammensatt. En kombinasjon av åpne og fordekte aktører, metoder og virkemidler brukes for å påvirke virkelighetsoppfatningen til målgrupper i hele verden for å støtte Russlands strategiske mål. Siden dette er beskrevet gjennom GEC-modellen omtaler vi her kort hvordan det russiske påvirkningsnettverket benyttes.

Russisk påvirkningsaktivitet er godt dokumentert, og har generelt som mål å svekke vestlige demokratier, Vestens posisjon og en rettsbasert verdensorden til fordel for Russland og russiske interesser. Dette gjøres gjennom økt polarisering, svekkelse av tilliten i befolkningen og til myndighetene og undergraving og manipulasjon av virkelighetsoppfatningen til både egen og andre lands befolkning. I tillegg benytter Russland desinformasjon til å tåkelegge egne aktiviteter og folkerettsbrudd, skape falsk legitimitet for krigen mot Ukraina og undergrave Vestens posisjon i det globale sør.

Denne aktiviteten har tatt seg opp betydelig siden Russlands fullskala invasjon av Ukraina 24. februar 2022 og kartlagt i en rekke undersøkelser blant annet av EU.³⁹ Av 100 påvirkningshendelser kartlagt i perioden oktober til desember 2022, stod Russland bak 88. I september 2022 ble det avdekket en større russisk påvirkningsoperasjon mot europeiske land, hvor Russland hadde klonet 60 kjente nyhetsnettsider, som blant annet Der Spiegel, Welt og The Guardian, som ble foret med lokalspråklig propaganda fra russiske proxysider og forsterket med falske profiler på Facebook, Twitter og Instagram.⁴⁰

Det kan, ifølge Etterretningstjenesten, i særlig grad være interessant for Russland å påvirke holdninger i den norske befolkningen og Norges posisjon i internasjonal politikk, ikke minst i

³⁹ Strategic Communications (2023).

⁴⁰ *Ibid.*

en sikkerhetspolitisk spent tid, grunnet den geostrategiske plasseringen Norge har som naboland og Nato-medlem, og nå også som hovedleverandør av gass til Europa.⁴¹

3.4.2 Beskrivelse av det kinesiske påvirkningsnettverket

Det kinesiske påvirkningsnettverket på sosiale medier er sammensatt av en rekke ulike aktører: inautentiske “spam”-profiler, statskontrollerte nyhetsmedier, kinesiske og utenlandske influensere, “troll”, kinesiske diplomater m.fl.⁴² Sammen utgjør aktørene et gjensidig forsterkende påvirkningskretsløp hvor de aktivt deler og fremmer hverandres innhold. På sosiale medier forsøker det kinesiske påvirkningsnettverket å beskytte og kontrollere Kinas omdømme internasjonalt i tillegg til å påvirke den internasjonale offentlige samtalen om Kina-relaterte saker og emner.

Nettverket jobber ut fra konseptet “telling China’s story well”, det vil si at de forsøker å bygge opp et positivt bilde av Kina for omverdenen og korrigere det som kommunistpartiet (KKP) oppfatter som feilaktig eller negative fortellinger og oppfatninger om Kina og KKP.⁴³

Aktørene bruker forskjellige strategier til dette formålet. KKP har investert betydelig ressurser i en global ekspansjon av statskontrollerte nyhetsmedier som nå opererer på mange språk i mange land, med tilhørende profiler på vestlige sosiale medier som Facebook, YouTube og X/Twitter. Mediene leverer nyheter til et internasjonalt publikum, men benyttes til å fremme KKP-propaganda når behovet oppstår.⁴⁴ KKP har de siste årene inntatt en mer direkte og aggressiv posisjon i bestrebelsene på å påvirke internasjonal debatt.

De siste årene har representanter for den kinesiske utenriktjenesten benyttet seg i økende grad av “wolf warrior diplomacy” på vestlige sosiale medier for å påvirke offentlig debatt internasjonalt gjennom blant annet aggressiv og konfronterende adferd som ofte handler om å fordømme, kvele og avlede kritikk av Kina og KKP (som for eksempel menneskerettighetsbrudd i Xinjiang) eller ved å spre desinformasjon og anti-vestlig propaganda. I så måte har Kina i økende grad begynt å benytte virkemidler som vi kjenner fra russiske påvirkningsoperasjoner.⁴⁵

I kontrast til den mer aggressive “wolf warrior”-tilnærmingen til påvirkning, bruker KKP også kinesiske og utenlandske influensere til å skape et fordelaktig bilde av Kina, avvise kritikk og spre pro-kinesiske budskap på en mer sofistikert, autentisk og tilforlateglig måte.⁴⁶ Gjennom influensere og andre proxykilder kan KKP spre budskap som appellerer til utenlandske målgrup-

⁴¹ Etterretningstjenesten (2023).

⁴² Global Engagement Center. (2023). *Special Report: How the People’s Republic of China seeks to reshape the global information environment*. Hentet fra https://www.state.gov/wp-content/uploads/2023/09/HOW-THE-PEOPLES-REPUBLIC-OF-CHINA-SEEKS-TO-RESHAPE-THE-GLOBAL-INFORMATION-ENVIRONMENT_Final.pdf

⁴³ DiResta, R., Miller, C., Molter, V., Pomfret, J., & Tiffert, G. (2020). *Telling China’s Story: The Chinese Communist Party’s Campaign to Shape Global Narratives*. Stanford Internet Observatory.

⁴⁴ Cook (2020).

⁴⁵ Charon & Vilmer (2021), s. 537.

⁴⁶ Ryan, F., Bogle, A., Ruser, N., Zhang, A., & Impiombato, D. (2021). *Borrowing mouths to speak on Xinjiang*. ASPI International Cyber Policy Centre. Hentet fra <https://www.aspi.org.au/report/borrowing-mouths-speak-xinjiang>

per og unngå at budskapene knyttes til partiet, på samme måte som Russland gjør det. Utvidelsen av det kinesiske påvirkningsnettverket på vestlige sosiale medier gir KKP mulighet til å nå ut til et større internasjonalt publikum med dets narrativer og propaganda.⁴⁷

Beskrivelsen av GEC-modellen og logikken med de fem pilarene, samt *modus operandi* for både det russiske og det kinesiske påvirkningsnettverket, utgjør det teoretiske grunnlaget for denne rapporten. I neste kapittel beskriver vi analysedesignet og datagrunnlaget for analysene.

4 Analysedesign og datagrunnlag

Rapporten forsøker å teste hypotesen om at «nordmenn ikke er blitt utsatt for påvirkningsforsøk fra utenlandske aktører på sosiale medier i perioden 1. juli-17. september». Følger man logikken i GECs rammeverk, må en seriøs test av denne hypotesen innebære undersøkelsen av en rekke forskjellige aktører samt metoder og taktikker innenfor informasjonspåvirkning. I tillegg dekker kategorien sosiale medier en lang rekke plattformer med ulikt format og teknisk datatilgang. Både designet av analysen og datagrunnlaget som kreves er derfor sammensatt og beskrives nærmere her.

4.1 Analysedesign

For å operasjonelt dekke kompleksiteten av påvirkning ved bruk av GECs modell, utføres kartleggingen gjennom fire forskjellige analyser som utfyller hverandre. I det følgende beskriver vi formålene ved de analysene, neste delkapittel tar for seg datagrunnlaget. En spesifikk gjennomgang av metode og datagrunnlag gis i selve analysekapittelet (Kapittel 6) for hver enkelt analyse.

Formålet med analyse 1

Analyse 1 undersøker aktiviteten i det som GEC-modellen beskriver som pilar 1 til 3. Her leter vi etter tegn på at kjente Russland- og Kina-affilierte kilder og aktører har produsert innhold som kan ha hatt som formål å påvirke valgresultatet, valgdeltakelsen, tilliten til valggjennomføringen, den politiske debatten, splittelse av befolkningen og undergraving av tilliten til politikere, norske myndigheter og det norske demokratiet i den undersøkte perioden.

Formålet med analyse 2

Mens analyse 1 ser på innholdet fra russiske og kinesiske kilder og aktører, er formålet med analyse 2 å analysere *spredningen* av det i form av lenkedeling på sosiale medier. Her ser vi

⁴⁷ Zhang, A., Wallis, J., & Bogle, A. (2021). Trigger warning: The CCP's coordinated information effort to discredit the BBC. *ASPI International Cyber Policy Centre*. Hentet fra [tps://www.aspi.org.au/report/trigger-warning](https://www.aspi.org.au/report/trigger-warning)

spesielt etter om inautentiske (falske) profiler sprer lenker til Russland- og Kina-affilierte kilder til et norsk publikum. Analyse 2 spenner fra pilar 1 til 4.

Formålet med analyse 3

Mens analyse 2 skal fange opp inautentisk adferd knyttet til kjente kilder og aktører som er affilert med Russland eller Kina, er formålet med analyse 3 å fange opp inautentisk aktivitet fra ukjente aktører. I analyse 3 utvides dermed undersøkelsen av informasjonspåvirkning i pilar 4 i GEC-rammeverket ved å kartlegge inautentisk aktivitet i bredt, som falske kontoer og koordinert aktivitet uavhengig av aktør.

Formålet med analyse 4

Formålet med analyse 4 er å undersøke om utenlandske aktører har forsøkt å målrettet undergrave tilliten til kommunestyre- og fylkestingsvalget i den perioden som er undersøkt. Analyse 4 ser på aktivitet i pilar 4.

Figur 4.1 viser hvordan GEC-modellen benyttes som teoretisk rammeverk for analysene beskrevet over.



Figur 4.1 Grafisk fremstilling av hvordan GEC-modellen benyttes som teoretisk rammeverk for de fire analysene i kartleggingen.

4.2 Datagrunnlag

For å kunne kartlegge påvirkningsoperasjoner på sosiale medier innenfor prosjektets tids- og ressursbegrensninger, har det vært avgjørende å prioritere hvilke sosiale medier som skal analyseres. Vi har valgt fire sosiale medier som inngår i en eller flere av analysene i denne rapporten. Disse fire er Facebook, X/Twitter, Telegram og TikTok. Valget er tatt basert på kunnskap om hvordan tidligere kjente påvirkningsoperasjoner er blitt utført,⁴⁸ plattformenes popularitet og utbredelse, samt tekniske og juridiske begrensninger for datainnsamling og analyse. Data fra alle plattformene er innsamlet i perioden 1. juli - 17. september 2023.

4.2.1 Prioritering av plattformer

Facebook er valgt fordi det er det mest utbredte sosiale mediet i Norge. Ifølge IPSOS SoMe-tracker for Q2 2023 er Facebook det sosiale mediet med flest *daglige* brukere over 18 år i Norge (61%).⁴⁹ Samtidig er Facebook også det mest utbredte sosiale mediet målt på antallet nordmenn som har en profil (79%).⁵⁰

Både X/Twitter og Telegram er relativt små plattformer i en norsk kontekst, med henholdsvis 17% og 5% ukentlige brukere over 18 år.⁵¹ Imidlertid er begge plattformene relevante i undersøkelsen av påvirkningsoperasjoner i forbindelse med valg. X/Twitter er relevant fordi en vesentlig del av den online, politiske samtalen foregår der,⁵² og Telegram fordi der deles mer feil- og desinformasjon enn på andre plattformer. Mangelen på moderering har gjort den til den foretrukne plattformen for flere påvirkningsaktører som bruker den til å plante innhold som spres til de andre sosiale mediene.⁵³

TikTok er valgt på grunn av dens stigende popularitet. Plattformen er spesielt populær blant barn og ungdom, men også 20% av den norske befolkningen over 18 år bruker TikTok daglig

⁴⁸ Sivertsen, *et al.* (2022), s. 15-17.

⁴⁹ Ipsos. (august 2023). *Sosiale Medier Tracker Q2'23: April - Juni 2023*. Hentet fra Ipsos: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-08/Ipsos%20SoMe-tracker%20Q2%202023.pdf>, s. 11.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.* s. 7; 17.

⁵² Moe, H., & Larsson, A. O. (2013). UNTANGLING A COMPLEX MEDIA SYSTEM: A comparative study of Twitter-linking practices during three Scandinavian election campaigns. *Information, Communication & Society*, 16(5), ss. 775-794; Schmitt, L. (2021). *What's in a tweet? Twitter's impact on public opinion and EU foreign affairs*. Hentet fra Documents CIDOB:

https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/documents_cidob/what_s_in_a_tweet_twitter_s_impact_on_public_opinion_and_eu_foreign_affairs; Bestvater, S., Shah, S., Rivero, G., & Smith, A. (16 juni 2022). *Politics on twitter: One-third of tweets from US adults are political*. Hentet fra Pew Research Center: <https://policycommons.net/artifacts/2473380/politics-on-twitter/3495451/>

⁵³ Herasimenka, A., Bright, J., Knuutila, A., & Howard, P. N. (2023). Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: the case of telegram. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(2), 198-212. doi:10.1080/19331681.2022.2076272. s. 198-199

og 28% har en profil.⁵⁴ Flere studier viser også at det spres mange typer av feil- og desinformasjon på TikTok, inkludert russisk desinformasjon om krigen i Ukraina.⁵⁵

4.2.2 Innsamling av data fra Facebook

Vi har samlet inn data fra Facebook ved hjelp av Facebooks Graph API og CrowdTangles API. Facebooks Graph API gir oss adgang til innhold som publiseres på offentlige Facebook-sider. Vi har innsamlet aktivitet som har foregått på 385 norske mediers Facebook-sider og 3 456 norske partipolitiske Facebook-sider (se Vedlegg B: Populasjoner). Innlegg som er publisert av disse sidene, og kommentarer til disse, er innsamlet i den undersøkte perioden. Facebooks API anonymiserer kommentarer som er skrevet til disse offentlige innleggene.

Ved hjelp av CrowdTangles API har vi undersøkt delinger av innhold fra kilder i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket i offentlige, norske Facebook-grupper og -sider.

4.2.3 Innsamling av data fra X/Twitter

I juni 2023 gjorde X/Twitter store endringer i hvordan de tilgjengeliggjør data fra plattformen gjennom sine API-er, inkludert å fjerne API-tilgangen for akademisk forskning. Dette begrenser forskeres mulighet til å utføre viktig samfunnsforskning⁵⁶ og er en direkte årsak til at vi i dette prosjektet valgte å skrape innhold, etter å først ha innhentet ekstern så vel som intern juridisk vurdering av metoden. Å skrape vil si at vi henter ut dataen selv utenom X/Twitters API. I den juridiske vurderingen er det lagt vekt på etablert rettspraksis, EUs Digital Services Act, at det ikke er noe generelt forbud mot skraping av data i Norge, at skrapingen ikke har et kommersielt formål og at aktiviteten er av et så begrenset omfang at den ikke vil påvirke X/Twitters virksomhet.

Twittermeldinger (ikke retweets) som enten er publisert av profiler knyttet til de to påvirkningsnettverkene, som inneholder lenker til domener i de to påvirkningsnettverkene eller som inneholder ett eller flere av de 2900 søkeordene listet i vår norske emnemodell (vedlegg C) er innsamlet i den undersøkte perioden.

⁵⁴ Ipsos (2023), s. 16

⁵⁵ Steel, B., Parker, S., & Ruths, D. (2023). The Invasion of Ukraine Viewed through TikTok: A Dataset. *ArXiv*. Hentet fra: <https://arxiv.org/abs/2301.08305>; Basch, C. H., Meleo-Erwin, Z., Fera, J., Jaime, C., & Basch, C. E. (2021). A global pandemic in the time of viral memes: COVID-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 17(8), 2373-2377; Cardier, A., Labbé, C., Padovese, V., Pozzi, G., Badlilini, S., Schmid, R., Roache, M., & Brewster, J. (2022). *WarTok: TikTok is feeding war disinformation to new users within minutes - even if they don't search for Ukraine-related content*. NewsGuard Misinformation Monitor. Hentet fra: <https://newsguardtech.com/misinformation-monitor/march-2022>

⁵⁶ Stokel-Walker, C. (10 mars 2023). *Twitter's \$42,000-per-Month API Prices Out Nearly Everyone*. Hentet fra Wired: <https://wired.com/story/twitter-data-api-prices-out-nearly-everyone>

4.2.4 Innsamling av data fra Telegram

Telegram er en kryptert meldingstjeneste hvor brukerne kommuniserer med hverandre i grupper eller kanaler. I grupper kan man dele innhold med hverandre, mens kanaler brukes til å kringkaste meldinger til et bredere publikum.⁵⁷ Telegram beskriver seg selv som en kombinasjon av SMS og epost.⁵⁸

Innlegg som er publisert av profiler knyttet til de to påvirkningsnettverkene i løpet av undersøkelsesperioden, er innsamlet via Telegram sitt offisielle API.

4.2.5 Innsamling av data fra TikTok





TikTok er en plattform hvor brukerne ser, lager og deler korte videoer også kjent som TikToks. Den har et format hvor sanger og trender kan gå viralt, og TikTok er kjent for å ha «nisjer» som for eksempel BookTok om bøker eller CleanTok om rengjøring. Disse nisjene finner man ved hjelp av hashtags (f.eks. #CleanTok) i videobeskrivelsene.⁵⁹ Vi har benyttet oss av et API fra tjenesten Apify for å innsamle data fra TikTok. TikToks er innsamlet fra API-et gjennom undersøkelsesperioden ved å søke etter bestemte søkeord om valgets integritet, eller TikToks fra profiler knyttet til de to påvirkningsnettverkene (vedlegg C og vedlegg B).

4.2.6 Det samlede datagrunnlaget

De ovenstående fire datakildene anvendes ulikt i de fire analysene som til sammen skal bekrefte eller avkrefte kartleggingens nullhypotese. Vi har samlet data fra alle de fire plattformene i perioden 1. juli til 17. september 2023.

Tabell 4.1 og tabell 4.2 oppsummerer hvilke plattformer som inngår i de ulike analysene og hvor mye data vi har samlet inn på hver av dem.

Tabell 4.1 Oversikt over hvilke plattformer som inngår i de fire ulike analysene.

				
Analyse 1	✓	✓	✓	✓
Analyse 2	✓	✓	✓	
Analyse 3	✓	✓		
Analyse 4	✓	✓		✓

⁵⁷ Ipsos (2023).

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Merga, M. K. (2021). How can Booktok on TikTok inform readers' advisory services for. *Library and Information Science Research*, 43.

Tabell 4.2 Oversikt over hvor mye data fra de fire plattformene som inngår i de fire analysene.

Facebook kommentarer 3 007 353	Telegram innlegg 1 698 593
	Twitter meldinger 703 883
	Facebook innlegg 143 006
	Facebook delinger (CT) 97 548

I analysekapitlene utdypes det hvordan data fra de ulike plattformene er analysert. Tekniske begrensninger gjør at ikke alle plattformene inngår i alle analyser.⁶⁰

5 utfordringer og begrensninger

Det er en rekke tekniske, juridiske og etiske utfordringer og begrensninger knyttet til mulighetene for å undersøke potensiell utenlandsk påvirkning på sosiale medier. Utfordringer og begrensninger knyttet til de konkrete metodene som er benyttet i de fire analysene beskrives i analysekapittelet (Kapittel 6). Her beskriver vi de viktigste generelle utfordringene og begrensningene i dette prosjektet.

5.1 Generelt

Først og fremst er det en begrensning i all kartlegging på sosiale medier at det ikke er mulig å undersøke alt. Det vil alltid finnes miljøer, fora og grupper vi ikke oppdager. Dette kan være

⁶⁰ CrowdTangle. (u.d.). *What Data is CrowdTangle Tracking?* Hentet fra CrowdTangle: <https://help.crowdtangle.com/en/articles/1140930-what-data-is-crowdtangle-tracking>

fordi vi ennå ikke kjenner til dem, fordi det er vanskelig å få tilgang eller fordi juridiske eller tekniske forhold begrenser eller umuliggjør innsamling av data.

Analyser av sosiale medier er i høy grad underlagt teknologiselskapenes villighet til å dele relevant data, og denne varierer. For eksempel har Twitter, etter navnebyttet til X, gjort det svært kostbart å samle data fra plattformen som tidligere ga tilgang gratis.⁶¹ Et annet eksempel er at datainnsamling på Facebook er prisgitt Metas vilje og evne til å dele. For eksempel har Facebook tidligere erkjent at de, ved en feil, har utelatt store mengder data i et akademisk samarbeid.⁶² Uforutsigbar datatilgang og potensiell usikkerhet i tilgjengeliggjort data er begge mulige feilkilder og begrensninger. Vi har forsøkt å minimere disse ved hjelp av kvalitetssikring av data og kartlegginger på flere plattformer.

Metodene og virkemidlene for informasjonspåvirkning er kontinuerlig i endring i takt med at både teknologien og bruken av sosiale medier er det. Derfor må metodene til å oppdage utenlandsk påvirkning også utvikle seg. Påvirkningsaktører vil alltid forsøke å skjule sin aktivitet, noe som gjør det vanskelig å vurdere hvor mye vi avdekker i forhold til hvor mye vi ikke avdekker. I vår kartlegging har vi brukt etablerte forskningsmetoder som vurderes å være blant de best egnede til sine formål, men ingen metoder kan fange alt.⁶³

Det er også en begrensning i kartlegging av påvirkningsoperasjoner at de ofte utføres mer indirekte ved bruk av langsiktige og subtile metoder for å gradvis påvirke holdninger, virkelighetsoppfatning eller tillit i befolkningen. Dette kan få betydelige konsekvenser for demokratiet, men det er vanskelig å påvise en direkte årsakssammenheng mellom subtil påvirkningsaktivitet over tid og effekter på samfunnsnivå.⁶⁴ For eksempel, Russland har forsøkt å forsterke motsetningene i det amerikanske samfunnet de siste ti årene, og USA er i dag svært polarisert. Det er imidlertid mange forklarlige grunner til at polariseringen har skjedd, og det er vanskelig å vite i hvor stor grad Russlands aktiviteter har utgjort en forskjell.

⁶¹ Calma, J. (31 mai 2023). *Twitter just closed the book on academic research*. Hentet fra The Verge: <https://www.theverge.com/2023/5/31/23739084/twitter-elon-musk-api-policy-chilling-academic-research>

⁶² Timberg, C. (10 sep. 2021). *Facebook made big mistake in data it provided to researchers, undermining academic work*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/10/facebook-error-data-social-scientists/>

⁶³ van Kampen, K., Laski, J., Herman, G., & Chan, T. M. (25 okt. 2022). Communication and Misinformation on TikTok: Cross-sectional Study. *JMIR Infodemiology*, 2(2). doi:10.2196/38316; Golovchenko, et al. (2020); Steel, Parker, & Ruths (2023); Krutrök, M. E. (juli 2021). Algorithmic Closeness in Mourning: Vernaculars of the Hashtag #grief on TikTok. *Social Media + Society*, 7(3). doi:10.1177/205630512111042396; Hallward, L., Feng, O., & Duncan, L. R. (aug. 2023). An exploration and comparison of #BodyPositivity and #BodyNeutrality content on TikTok. *Eat Behav.*, 50. doi:10.1016/j.eatbeh.2023.101760.

⁶⁴ Culloty, E., & Suiter, J. (2021). *Disinformation and Manipulation in Digital Media*. Routledge; Golovchenko, Y. (2020). Measuring the scope of pro-Kremlin disinformation on Twitter. *Humanities and social sciences communications*, 7, 1-11. doi:<https://doi.org/10.1057/s41599-020-00659-9>.

5.2 Validitet og reliabilitet

Rapporten har validitets- og reliabilitetsutfordringer som beskrives her. De største validitetsutfordringene er avgrensninger i tid, aktører og plattformer, mens den primære reliabilitetsutfordring er at data kommer fra tredjeparter.

Den undersøkte perioden er avgrenset til 1. juli til 17. september 2023, altså et tidsrom på 2,5 måneder. Denne perioden kan være for kort til å avdekke mer subtile påvirkningsaktiviteter som foregår mer indirekte og over tid. Dette er en validitetsutfordring for denne rapporten, men som nevnt ovenfor, er dette den første av tre rapporter i et prosjekt som skal gå fram til og med stortingsvalget 2025. Med mer eller mindre løpende kartlegging over så lang tid, vil vi ha større mulighet til å kunne fange opp påvirkningsforsøk som går over lenger tid.

Vår kartlegging har hatt et spesielt fokus på russiske og kinesiske aktører. Årsaken er at disse er, ifølge Etterretningstjenesten⁶⁵, Politiets sikkerhetstjeneste⁶⁶ og annen internasjonal litteratur de siste årene⁶⁷, de mest sannsynlige fremmedstatlige trusselaktørene. Vi kan imidlertid ikke utelukke at andre utenlandske aktører kan ha forsøkt å påvirke nordmenn i perioden. Dette har betydning for kartleggingens validitet. For å imøtegå dette har vi lett etter tegn på inautentisk atferd generelt og brukt søkeordsbaserte analyser som begge vil kunne fange opp påvirkningsforsøk fra ukjente aktører.

Denne kartleggingen er basert på de største, mest politiske og trendende plattformene, men det finnes flere plattformer som ikke er undersøkt på grunn av ressursmessige begrensninger i prosjektet, som for eksempel YouTube, Reddit, Instagram og Whatsapp. Vi kan ikke utelukke at det ikke har forekommet påvirkningsforsøk på dem. Utbredelsen og egenskapene til de plattformene vi har undersøkt er imidlertid av en slik størrelse og art at vi vurderer det som lite sannsynlig at en aktør vil lykkes i å påvirke nordmenn uten at vi finner spor av det på de plattformene vi har undersøkt.

Bruk av søkeord er en av de primære metodene vi bruker til å filtrere data i kartleggingen. Vi kan ikke garantere at vi har inkludert alle mulige relevante søkeord i vårt datasett, selv om dette er omfattende. Denne metoden er imidlertid utbredt innen denne typen forskning og anses som godt egnet til formålet. Det er likevel en potensiell validitetsutfordring som gjelder kartlegging av sosiale medier generelt.⁶⁸

Forskning basert på data fra sosiale medier har en reliabilitetsutfordring i at den baserer seg på data fra tredjepartsleverandører og at eierne av de sosiale mediene kan gjøre endringer i algoritmer, egenskaper og adgang til data uten å informere om det. I tillegg kan profiler, innlegg og kommentarer slettes av moderatorer eller de som står bak uten at dette fremgår i noen logg eller

⁶⁵ Etterretningstjenesten (2023).

⁶⁶ Politiets sikkerhetstjeneste (2023).

⁶⁷ EU (2021).

⁶⁸ Steel, Parker, & Ruths (2023).

tilgjengelig datasett. Derfor er det vanskelig å reproducere kartlegginger av sosiale medier ved å gjenta de samme undersøkelsene. Det gjelder også denne studien.

5.3 Personvern, opphavsrett og etikk

Det kan ikke unngås at analyser av data fra sosiale medier kan inneholde persondata, selv om denne kartleggingen ikke har som formål å samle inn dette. Det stilles strenge krav til behandling av persondata, jfr. Lov om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven).⁶⁹

For å sikre etterlevelse av personopplysningsloven er det laget en databehandleravtale mellom partene i prosjektet, som beskriver prosedyrene for behandling, oppbevaring, deling og sletting av persondata. Databehandleravtalen følger Datatilsynets veiledere «Hvordan lage en databehandleravtale»⁷⁰ og «Behandlingsansvarlig og databehandler»⁷¹, og skal sikre at personopplysninger blir behandlet i samsvar med regelverket og setter en klar ramme for hvordan databehandleren kan behandle opplysninger. Det er også utarbeidet en egen risikovurdering og protokoll for behandling av persondata. Databehandleravtalen, risikovurderingen og protokollen for behandling av persondata er godkjent av FFIs personvernombud.

Vi har i dette prosjektet ikke lastet ned, lagret eller offentliggjort materiale som er omfattet av opphavsrett, jfr. Lov om opphavsrett til åndsverk mv.⁷²

Avslutningsvis, skillet mellom *ytringens offentlighet* og *innholdets sensitivitet* har ligget til grunn for etiske vurderinger som har gitt noen begrensninger i denne kartleggingen.⁷³ Ytringer i offentlige fora, som sosiale medier er, er ikke nødvendigvis offentlige. Vurderinger knyttet til dette har vært årsaken til fravalg av datakilder som for eksempel norske Telegramgrupper. For å sikre at vår kartlegging overholder god vitenskapelig praksis, har vi benyttet *Forskningsetisk veileder for internettforskning*⁷⁴ i vurderinger knyttet til fortrolighet og anonymitet.

⁶⁹ Lov om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven), LOV-2018-06-15-38 (Justis- og beredskapsdepartementet 15 juni 2018). Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-38>

⁷⁰ Datatilsynet. (juli 2023). *Hvordan lage en databehandleravtale?* Hentet fra Datatilsynet: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/databehandleravtale/hvordan-lage-en-databehandleravtale/> den 4 september 2023.

⁷¹ Datatilsynet. (juli 2019). *Behandlingsansvarlig og databehandler*. Hentet fra Datatilsynet: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/databehandleravtale/behandlingsansvarlig-og-databehandler/> den 4 september 2023.

⁷² Lov om opphavsrett til åndsverk mv. (åndsverkloven), LOV-2018-06-15-40 (Kultur- og likestillingsdepartementet 15 juni 2018). Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-40>

⁷³ De nasjonale forskningsetiske komiteene. (12 feb. 2019). *Forskningsetisk veileder for internettforskning*. Hentet fra forskningsetikk.no: <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning/>

⁷⁴ *Ibid.*

6 Analyser

I dette kapittelet beskrives gjennomføringen av analysene. Hvert delkapittel starter med en oppsummering av de viktigste funnene, deretter gjennomgås struktur, metode, datagrunnlag, mulig filtrering, og resultatene av analysene. Noen av analysene viser også til caser som belyser noen elementer av analyseresultatene.

6.1 Analyse 1 – Aktivitet fra russiske og kinesiske aktører

I analyse 1 leter vi etter tegn på at Russland- eller Kina-affilierte aktører har utvist interesse for Norge og norsk politikk i den undersøkte perioden. Analysen skal gi svar på følgende spørsmål:

- Hvor mange ganger har Russland- eller Kina-affilierte kilder omtalt Norge i perioden sammenlignet med andre land?
- Kan omtalen karakteriseres som påvirkningsforsøk rettet mot valgresultatet, valgdeltakelsen, tilliten til valggjennomføringen, den politiske debatten, splittelse av befolkningen og undergraving av tilliten til politikere, norske myndigheter eller det norske demokratiet?

6.1.1 Oppsummering av viktigste funn

Både russiske og kinesiske aktører utviste liten interesse for Norge i perioden. Det russiske påvirkningsnettverket, inkludert Maria Zakharova fra russisk UD, viet dog oppmerksomhet til en sak om norske reinsdyr (se Case 1: Slik utnytter Russland saken om 42 reinsdyr) i det som fremstår som forsøk på å tegne et negativt bilde av Norge og til å skape splid mellom norske myndigheter, samer og dyreaktivistene. Forsøket fikk lite spredning og synes ikke å ha hatt effekt. Det viser imidlertid at Russland er oppmerksomme på konfliktlinjer og saker i Norge som kan utnyttes til informasjonspåvirkning, og bruke anledninger som byr seg. To kinesiske aktører retter konfronterende anklager og påstander mot Nato (Se Case 3: Kina sier Nato er svekket og drives av kaldkrigs-mentalitet). Det betyr at vi fant forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører i perioden som ble undersøkt, men forsøkene var av begrenset omfang eller ikke målrettet. Vi vurderer at de var ubetydelige og hadde liten eller ingen effekt.

6.1.2 Analysens struktur





Denne analysen består av to deler. I første del av analysen undersøker vi hvor mange ganger det kilder i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket har omtalt Norge sammenlignet med andre land. I andre del av analysen undersøker vi om omtalen kan karakteriseres som påvirkningsforsøk rettet mot valgresultatet, valgdeltakelsen, tilliten til valggjennomføringen, den politiske debatten, splittelse av befolkningen og undergraving av tilliten til politikere, norske myndigheter eller det norske demokratiet.

6.1.3 Datagrunnlag

Arbeidet med å etablere et datagrunnlag for å undersøke utenlandske aktørers interesse for Norge har foregått i to trinn: kartlegging av aktørene og datainnsamling fra aktørenes kontoer på sosiale medier.

Kinesiske og russiske påvirkningsnettverk har blitt kartlagt og systematisert i overensstemmelse med logikken fra GEC-modellen jfr. valg av datagrunnlag referert i delkapittel 4.2. For å gjøre det, har vi identifisert disse aktørenes kontoer på de fire sosiale mediene: Facebook, X/Twitter, TikTok og Telegram. Antallet kontoer i vår samlede kartlegging fremgår av tabell 6.1 under:

Tabell 6.1 Antall kontoer i påvirkningsnettverkene på hver plattform

					Total
Russland	106	125	97	420	748
Kina	275	289	58	15	637

Vi har innsamlet data på tvers av de fire plattformene i perioden 1. juli til 17. september 2023. Alle innlegg, meldinger og kommentarer fra kinesiske og russiske påvirkningsaktører i denne perioden har blitt innsamlet, og oversatt til engelsk hvis de var forfattet på andre språk. Oversettelsen er gjort for å kunne analysere innholdet med søkeord. Engelsk er valgt fordi språkoversettelsene fungerer best blant de store språkene.

6.1.4 Filtrering av data

For å ha et sammenligningsgrunnlag for våre funn om de to påvirkningsnettverkene omtale av Norge i den undersøkte perioden har vi søkt spesifikt etter omtale av 244 nasjoner og biland.⁷⁵ Vi har også inkludert nåværende statsledere,⁷⁶ statsoverhoder og utenriksministre⁷⁷ for medlemslandene av FN. Til slutt har vi søkt etter omtale av nasjonaliteter og innbyggernavn for å fange opp relevant omtale.⁷⁸ Utover å søke etter nasjoner har vi også søkt etter omtale av EU, FN og Nato, inkludert omtale av de øverste lederne av disse organisasjonene. Vi kaller denne søkenøkkelen vår komparative søkenøkkel.

⁷⁵ Geonames. (u.d.). *Geonames Countries*. Hentet fra Geonames: <https://www.geonames.org/countries/> den 18 september 2023.

⁷⁶ Wikipedia. (u.d.). *List of adjectival and demonymic forms for countries and nations*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_adjectival_and_demonymic_forms_for_countries_and_nations, den 18 september 2023

⁷⁷ Wikipedia. (u.d.). *List of state leaders in 2023*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_state_leaders_in_2023 den 19 september 2023

⁷⁸ Wikipedia. (u.d.). *List of current foreign ministers*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_current_foreign_ministers den 19 september 2023

Vår komparative søkenøkkel er egnet til å undersøke komparative forhold mellom for eksempel Norge og andre land, men for smal til å fange opp mer spesifikk omtale av for eksempel geografiske regioner eller andre relevante tema. Derfor har vi utviklet en søkenøkkel som definerer norske interesser bredere, slik at vi kan undersøke spesifikk omtale av Norge og saker som kan være knyttet til norske forhold og interesser. Søkenøkkelene er på engelsk (fordi vi oversetter ikke-engelsk innhold til engelsk før filtrering) og består av 190 ord og navn. En oversikt for søkenøkkelene finnes i vedlegg C. Den inkluderer ordene “Norway” og “Norwegian”, norske partiledere, norske riks- og regionsaviser, sittende ministre i perioden, de 20 største norske selskapene målt etter omsetning, inkludert deres direktører, samt geografiske områder i Norge. Vi kaller denne søkenøkkelene vår dyptgående søkenøkkel.

6.1.5 Russland

Her beskriver vi resultatene av filtrering av vårt datamateriale på russiske kilder, først med bruk av den komparative søkenøkkelene, deretter ved bruk av den dyptgående søkenøkkelene.

6.1.5.1 Resultater av den komparative søkenøkkelene på russiske kilder

Med den komparative søkenøkkelene finner vi at det russiske påvirkningsnettverk omtaler Norge 1509 ganger på de fire undersøkte plattformene i perioden fra 1. juli til 17. september 2023. Sammenlignet med resten av verdens land, kommer Norge på plass nr. 52 og overgår blant annet av de andre skandinaviske landene.

Topp 5 land som det russiske påvirkningsnettverk omtaler på sosiale medier er:

1. Russland med 376 898 omtaler
2. Ukraina med 214 055 omtaler
3. USA med 65 243 omtaler
4. Storbritannia med 34 429 omtaler
5. Kina med 22 434 omtaler

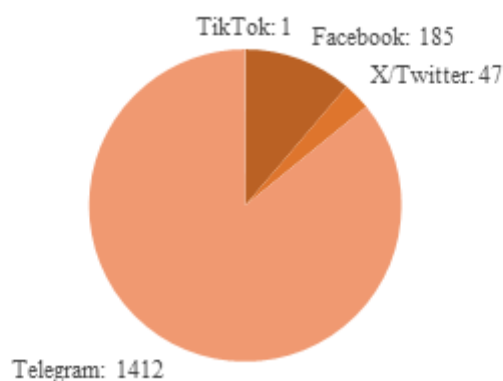
Zoomer vi inn på Europa, kan vi se at Norge er det landet i Skandinavia som det russiske påvirkningsnettverket omtaler i minst grad. Det fremgår av figur 6.1:

Tabell 6.2 En oversikt over antall treff på den dyptgående søkenøkkelen om Norge og norske interesser i innlegg på Facebook, X/Twitter, Telegram og TikTok i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket i perioden. Dette viser treff på søkeord i søkenøkkelen, og ett innlegg kan godt inneholde flere enn ett treff.

		Offisiell myndighets-kommunikasjon (Pilar 1)	Statsfinansierte medier (Pilar 2)	Proxykilder (Pilar 3)	Total
Russland	Facebook	26	35	124	185
	X/Twitter	16	15	16	47
	Telegram	79	343	990	1412
	TikTok	0	0	1	1
	I alt	121	393	1131	1645

Tabell 6.2 viser at mer enn mesteparten av treffene i denne analysen er på de russiske påvirkningsaktørenes Telegramkanaler og -grupper. Samtidig viser tabell 6.2 også at vi kun finner ett eksempel på at aktørene som inngår i russiske påvirkningsnettverket omtaler Norge eller norske interesser på TikTok. Dette kan skyldes databegrensningene beskrevet i delkapittel 4.2. Derfor er det omtalen av Norge og norske interesser på Facebook, X/Twitter og Telegram som utgjør størstedelen av datagrunnlaget i analysene i denne delen.

Figur 6.2 viser hvor mange ganger russiske aktører har omtalt Norge oppdelt på plattformer.



Figur 6.2 Diagram over det russiske påvirkningsnettverks omtale av Norge og norske interesser fordelt på plattformene.

Når det russiske påvirkningsnettverket omtaler Norge og norske interesser er det en fellesnevner for de tre plattformene at det ofte handler om krigen i Ukraina, herunder Norges økonomiske og militære støtte til Ukraina. På Facebook, X/Twitter og Telegram er det henholdsvis 28, 12 og 439 innlegg som nevner både Norge og Ukraina.⁷⁹ Et eksempel ses i figur 6.3.



Figur 6.3 Telegraminnlegg fra det russiske, statsfinansierte mediet, RIA Novosti. Oversettelse: Norway will supply Ukraine with a system to combat drones produced by Kongsberg Defense, the Norwegian cabinet said. The value of the contract is estimated at \$70.8 million. Lenke: https://t.me/rian_ru/212088. Skjermdump tatt 03.10.23.

Utover dette deler nettverket også nyheter av mer generell karakter, som for eksempel om stormen Hans som herjet i perioden, eller sports- og sjakkprestasjoner. Et spesielt interessant og relevant funn er knyttet til saken om norske reinsdyr som hadde forvillet seg over grensen til Russland. Denne saken beskrives i Case 1: Slik bruker Russland saken om 42 reinsdyr.

6.1.5.3 Konklusjon av analysen av russiske kilder

Sett i en geopolitisk kontekst er Norge ikke et høyt prioritert mål i perioden. Men russiske påvirkningsaktører har åpenlyst brukt tid og ressurser på å drive historien om reinsdyrene fram. Dette viser at Russland er oppmerksomme på konfliktlinjer og saker i Norge som kan utnyttes til informasjonspåvirkning og bruke anledninger som byr seg.

6.1.6 Kina

Her beskriver vi resultatene av filtrering av vårt datamateriale på kinesiske kilder, først med bruk av den komparative søkenøkkelene, deretter ved bruk av den dyptgående søkenøkkelene.

⁷⁹ Inneholder ett eller flere av ordene: Ukrain, ukrain, Kiev, kiev, og Zelensk

6.1.6.1 Resultater av den komparative søkenøkkelen på kinesiske kilder

På samme måte som det ble gjort for Russland, har vi også brukt den komparative søkenøkkelen til å undersøke hvilke stater det kinesiske påvirkningsnettverket snakker om på tvers av Facebook, X/Twitter, TikTok og Telegram for å gi våre funn om Norge et sammenligningsgrunnlag.

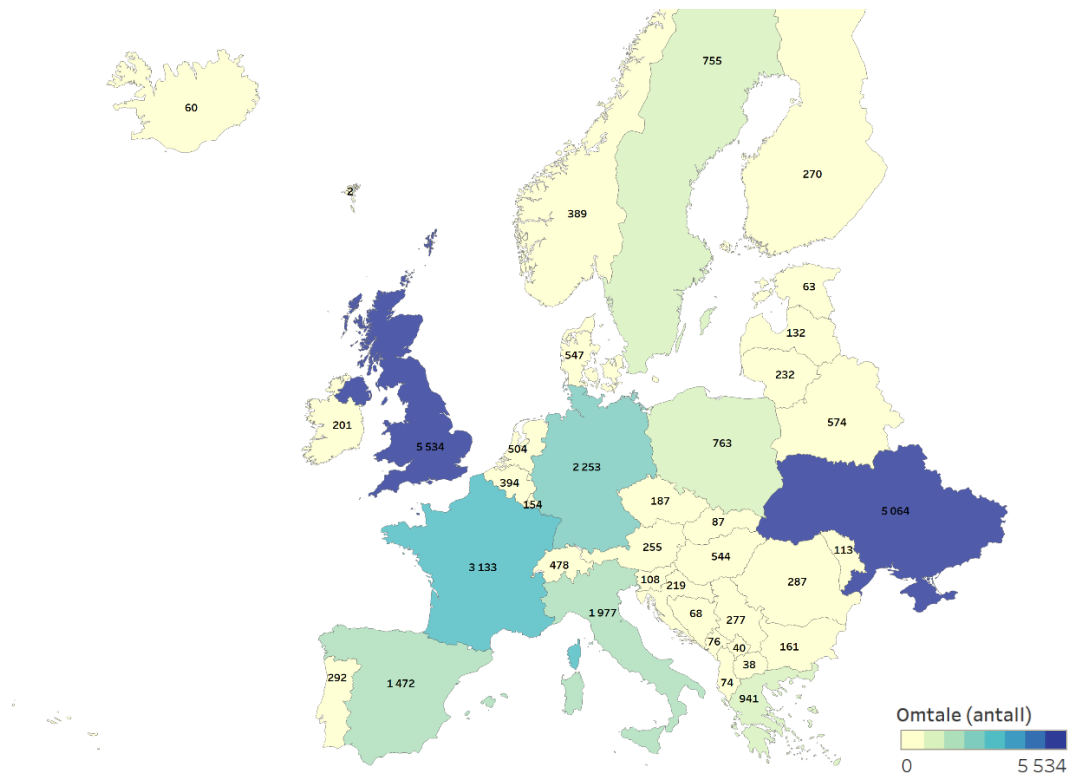
Med den komparative søkenøkkelen finner vi at det kinesiske påvirkningsnettverket omtaler Norge 389 ganger på de fire undersøkte plattformene i perioden. Det er ca. en femtedel av hvor ofte det russiske påvirkningsnettverket omtaler Norge, og i en geopolitisk kontekst plasseres Norge på plass nr. 86, hvilket er lavere enn de andre skandinaviske landene.

Topp-5 land som det kinesiske påvirkningsnettverket omtaler på sosiale medier er:

1. Kina med 133 718 omtaler
2. USA med 15 815 omtaler
3. Japan med 9 741 omtaler
4. Russland med 9 481 omtaler
5. Hong Kong med 9 390 omtaler

Topp-5 listen over viser at det kinesiske påvirkningsnettverket primært er opptatt med Kina i perioden. I våre data er det mer enn åtte ganger så mange omtaler av Kina som av USA, som ligger på andreplass. Det er ikke overraskende sett i lys av at et av de primære formål med kinesiske påvirkningskampanjer på sosiale medier er å male et positivt bilde av Kina jf. delkapittel 3.3.2.

I figur 6.4 under er det kinesiske påvirkningsnettverkets omtale av europeiske land illustrert.



Figur 6.4 Kart over Europa som viser hvor mange ganger de europeiske landene blir omtalt av det kinesiske påvirkningsnettverket i perioden 1. juli – 17. september 2023. Norge har 389 omtaler. Jo mørkere farge, jo mer omtale.

Aktørene i det kinesiske påvirkningsnettverket har altså mange av de samme tendensene som det russiske: Kinas hovedfokus er på store, geopolitiske aktører samt Kinas umiddelbare nær- og interesseområder, som Hong Kong og Japan. Taiwan er det 9. mest omtale landet fra kinesiske kilder, under hhv. India (8.), Sør-Afrika (7) og Ukraina (6). Dette er ikke relevant for denne rapporten, men nevnes likevel her da kan være av interesse for noen lesere gitt den spente situasjonen mellom Kina og Taiwan. At Norge omtales mindre enn de andre skandinaviske landene, tyder på at Norge ikke er et prioritert innsatsområde for det kinesiske påvirkningsnettverket i perioden.

6.1.6.2 Resultater av den dyptgående søkenøkkel på kinesiske kilder

Det er 436⁸⁰ treff på den dyptgående søkenøkkel om Norge og norske interesser i data fra det kinesiske påvirkningsnettverket i perioden. Tabell 6.3 viser hvor mange ganger kinesiske aktører har omtalt Norge på de fire plattformene.

⁸⁰ Tallet avviker fra antallet av omtale i figur 6.6 fordi søkenøkkel vedrørende Norge og norske interesser også inneholder virksomheter, regions- og bynavn, samt riks- og regionsmedier. Den er dermed bredere og får derfor flere treff. Forskjellen her er altså på 47 benevnelser.

Tabell 6.3 En oversikt over hvor mange treff det er på søkenøkkelen om Norge og norske interesser i facebook-innlegg, twittermeldinger, telegraminnlegg og TikToks i hhv. det kinesiske påvirkningsnettverket. Ett innlegg kan godt inneholde flere enn ett treff.

		Offisiell myndighetskommunikasjon (Pilar 1)	Statsfinansierte medier (Pilar 2)	Proxykilder (Pilar 3)	Total
Kina	Facebook	14	77	23	114
	X/Twitter	12	107	13	132
	Telegram	0	187	0	187
	TikTok	0	3	0	3
	I alt	26	374	36	436

Når Norge omtales, er det typisk i en kontekst av nyheter. Vi finner at 72% av facebook-innleggene stammer fra kinesiske statsfinansierte medier (pilar 2). Det samme gjør seg gjeldende for henholdsvis 82% av data fra X/Twitter og 100% av data fra både Telegram og TikTok.

Flesteparten av innleggene som nevner Norge har en nyhetsmessig karakter. De handler om stormen Hans, sportsprestasjoner, eller at det norske datatilsynet har fått medhold i sine bøter til Meta. Et eksempel ses i figur 6.5. Disse historiene bærer ikke preg av fordreining av hendelser eller forsøk på å dele falsk informasjon om Norge eller norske interesser.

Vi finner ett telegraminnlegg fra det kinesiske nyhetsmediet Xinhua News Agency English som omtaler lokalvalget i Norge. Det er det eneste i innlegget fra det kinesiske påvirkningsnettverket som handler om kommunestyre- og fylkestingsvalget. Innlegget omhandler Arbeiderpartiets tilbakegang under lokalvalget, gir en oversikt over valgresultatet for de forskjellige norske partiene, og forteller om den yngste personen i Norges historie som er valgt inn som ordfører. Figur 6.5 viser innlegget. Dette innlegget vurderes ikke å være et forsøk på påvirkning eller spredning av falske nyheter.

Norway's ruling Labor Party defeated in local elections

OSLO, Sept. 13 (Xinhua) – Norway's ruling coalition led by the Labor Party suffered a setback in the local elections held on Monday.

According to official figures released on Wednesday, the largest party in the ruling coalition secured 575,175 votes or 21.6 percent of the total, which is 3.2 percentage less than its result in the last election. This was the worst election results the Labor Party had since 1924.

The other two main parties in the coalition, the Centrists and the left-wing Socialist Left, won 8.2 percent and 6.9 percent, respectively, ranking them fourth and fifth.

The main opposition Conservative Party garnered 688,219 votes, translating to a vote share of 25.8 percent. This is an increase of 5.8 percentage points from the previous elections, making them the most voted-for party in these local elections.

The right-wing Progress Party came in third with 11.4 percent of the vote.

The preliminary counting of the votes from all regions has been completed, and 89 percent of these have already been cross-checked, election officials said.

Norway holds local elections every four years. The country has 4.34 million registered voters. Voter turnout for this election was 62.4 percent, according to official figures.

In a significant local news highlight, 19-year-old Havard Handeland was elected mayor of Sauda, a municipality in southern Norway with a population of 4,500. This makes him the youngest mayor in the nation's history. ■

2023-09-13 22:16:45
[Source: Xinhua] [\[Full Text\]](#)

15 16:22

Figur 6.5 Skjerm bilde av Xinhua News Agency's telegraminnlegg omhandlende det norske valg, tatt 03.10.23.

I datasettet finner vi eksempler på at aktører i det kinesiske påvirkningsnettverket følger den klassiske kinesiske påvirkningsmetoden hvis formål er «tell China's story well», det vil si å kontrollere narrativet om Kina og promotere et positivt bilde utover (se Case 2: Telling China's story well). Vi finner også to eksempler som kontrast til dette, hvor kinesiske aktører utviser mer konfronterende retorikk for å imøtegå kritikk av Kina og tegne et negativt bilde av Nato (se Case 3: Kina sier Nato er svekket og drives av kaldkrigs-mentalitet). Dette er ikke eksempler på illegitim påvirkning, men på normal statlig påvirkning som en del av internasjonal politikk. Vi omtaler dem her fordi de viser relevant kinesisk (legitim) aktivitet i den undersøkte perioden og illustrerer to ulike linjer i kinesisk strategisk påvirkning.

6.1.6.3 Konklusjon for analyser av kinesiske kilder

Det kinesiske påvirkningsnettverket skriver først og fremst om Kina i perioden. Aktørene i det kinesiske påvirkningsnettverket er særlig opptatt av å male et positivt bilde av Kina. Det er også primært det vi finner når vi ser på kinesisk omtale av Norge. Fokus er på fordelene ved samarbeid og samhandling. Vi fant to eksempler på mer konfronterende retorikk, som kritiserer Nato og tegner et bilde av en splittet allianse som er et gufs fra den kalde krigen.

6.1.7 Særegne begrensninger og utfordringer

Der er flere begrensninger ved denne analysen. For det første er dette en populasjonsbasert undersøkelse. Dette betyr at resultatene er begrenset til kjente kinesiske og russiske påvirkningsaktører. Vi kan derfor ikke avdekke om nye påvirkningsaktører med enten kinesisk eller russisk tilknytning har forsøkt å påvirke Norge og den norske befolkningen i den undersøkte perioden. Undersøkelsen bygger utelukkende på aktører som pålitelige kilder attribuerer til den kinesiske eller russiske stat.

Det bør i tillegg nevnes at populasjonene på Facebook er begrenset til kun å inkludere åpne grupper og sider, dvs. at data fra private Facebook profiler og lukkede grupper ikke er med i analysen. På TikTok har vi likeledes kun innsamlet data fra TikTok-videoer som inneholder tekst. Derfor har det ikke vært mulig å avdekke om aktører fra de to påvirkningsnettverkene har forsøkt å påvirke et norsk publikum i TikToks uten tekst.

For det andre er vår definisjon av «Norge og norske interesser» relativt snever, og den holder seg på et generelt, statlig nivå. Det muliggjør at vi kan sammenligne resultatene fra denne rapporten med de rapporter som kommer i 2024 og 2025, men det betyr også at det kan være eksempler på meget lokalt målrettede påvirkningsforsøk som ikke fanges opp av søkenøkkelen. Det er imidlertid vår vurdering at hvis en kinesisk eller russisk påvirkningskampanje skal lykkes i å skape en stor effekt i Norge, så vil søkenøkkelen fange det opp.

6.1.8 Samlet konklusjon for analyse 1

Felles for både det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket er at de på sosiale medier er mest opptatt med seg selv, store geopolitiske aktører og deres umiddelbare interesseområder, hvilket ikke inkluderer Norge. Det russiske påvirkningsnettverket omtaler Norge langt oftere enn det kinesiske. De kvalitative analysene avdekker at de to påvirkningsnettverkene har ulike tilnærminger til deres omtale av Norge.

Når aktører fra det russiske påvirkningsnettverket nevner Norge, er det enten relatert til Ukraina-krigen eller forsøk på å diskreditere Norge og Vesten mer generelt. Casen om avlivingen av de 40 reinsdyrene (Case 1) viser at disse aktørene ikke er fremmed for å utnytte anledninger som byr seg til å forsøke å spre misvisende fortellinger som kan ha som formål å skape splid i den norske befolkning og tegne et negativt bilde av Norge overfor et russisktalende publikum.

Aktører fra det kinesiske påvirkningsnettverket har derimot den tilnærmingen at når Norge nevnes, så er det primært for å spre et budskap om at å samarbeide og samhandle med Kina er bra. Vi finner også eksempler på mer konfronterende anklager og påstander fra kinesiske aktører, men dette er rettet mot Nato og ikke spesifikt Norge.

6.2 Analyse 2 – Spredning av lenker til russiske og kinesiske kilder

I analyse 2 undersøker vi hvor stor spredning det har vært av lenker til Russland- og Kina-affilierte kilder til et norsk publikum i perioden. Her leter vi spesielt etter informasjonspåvirkning ved hjelp av inautentiske profiler. Analysen skal gi svar på følgende spørsmål:

- Er lenker til innhold fra Russland- eller Kina-affilierte kilder blitt delt til et norsk publikum på sosiale medier i perioden?
- Hvis ja, utviser disse delingene tegn på inautentisk adferd?
- Hvis ja, kan aktiviteten karakteriseres som forsøk på å påvirke den politiske debatten, splitte befolkningen og undergrave tilliten til politikere, norske myndigheter i Norge?

6.2.1 Oppsummering av viktigste funn

Lenker til historier fra russiske og kinesiske påvirkningsnettverk spres av autentiske nordmenn på Facebook og X/Twitter. Vi finner ikke innhold delt av profiler som viser tegn på inautentisitet. Vi fant altså ingen forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører i perioden som ble undersøkt.

6.2.2 Analysens struktur

Denne analysens formål er å avdekke hvorvidt lenker til innhold fra kinesisk- eller russisk-kontrollerte medier og profiler på sosiale medier er delt til et norsk publikum på Facebook og X/Twitter i tidsperioden 1. juli til 17 september 2023. Analysen vil også avdekke om eventuelle delinger har vært gjort autentisk eller inautentisk.

For å undersøke dette har vi bygget opp en database av nettadresser og profiler som uavhengige og pålitelige kilder knytter til enten Russland eller Kina. Denne databasen er i det videre referert til som det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket.⁸¹

Hvert nettverk består av kontoer på sosiale medier. Noen er offisielt statlige, mens andre har en direkte eller indirekte statlig tilknytning. For å metodisk skille mellom disse, følger vi logikken i GEC-modellen⁸² som beskrevet i delkapittel 3.2. I denne rapporten bruker vi mest pilar 1, 2 og 3, som vil si:

1. Offisiell myndighetskommunikasjon: Eksempelvis Maria Zakharova, talsperson for det russiske utenriksdepartementet, og den kinesiske ambassaden i Norge.
2. Statsstøttede medier: Eksempler er Russia Today (RT) og Sputnik, samt Xinhua News Agency og China Global Television Network (CGTN).
3. Kultivering av proxykilder: Fra Russland er det bl.a. Zero Hedge, et konservativt, finansorientert nyhetsmedie, og fra Kina er det bl.a. nyhetsmediet South China Morning Post.

6.2.3 Datagrunnlag

Til denne analysen har vi brukt CrowdTangle⁸³ for å samle inn delinger på Facebook, scrapet X/Twitter for å finne delinger på norsk, og vi har brukt Facebooks API til å samle inn kommentarer til norske medier og politikeres sider som inneholder lenker til pilar 1-3.

Ved manuell analyse har vi brukt OSINT (Open Source Intelligence) manualen for å ytterligere gjennomgå data. En gjennomgang av dette rammeverket finnes i Vedlegg A: OSINT-manual.

⁸¹ Se kapittel 3.3 for en beskrivelse av det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket.

⁸² Global Engagement Center (2020), s. 8-9.

⁸³ CrowdTangle er et offentlig innsiktsverktøy som brukes for å følge, analysere og rapportere om det som skjer på sosiale medier. Verktøyet sporer 'engagement' (interaksjoner) som defineres som reaksjoner, kommentarer og delinger.

6.2.4 Filtrering av data

Siden vi undersøker den norske debatten har vi filtrert delingene etter om de er på skandinavisk språk: dvs. enten bokmål, nynorsk, svensk eller dansk. Alle skandinaviske språk er inkludert for å imøtekomme at språkgjenkjennelsesalgoritmer kan feilannotere språk som ligner på hverandre – særlig når det er snakk om korte tekstsnutter som f.eks. en twittermelding.

6.2.5 Resultater av analysen

Tabell 6.4 viser hvor mange lenkedelinger det er fra hhv. kinesiske og russiske aktører i den norske debatten på de to plattformene fordelt på de tre pilarene vi undersøker. Delingene kommer fra i alt 642 aktører fra hhv. det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket.

Tabell 6.4 Oppsummering av lenkedelinger fra de russiske og kinesiske påvirknings-nettverkene i den norske debatten fordelt på de tre pilarer

		Antall deling av lenker			
	Plattform	Pilar 1: Off. myndighets- kommunikasjon	Pilar 2: Statsfinansierte me- dier	Pilar 3: Proxykilder	Total
Russland	Facebook	30	178	105	313
	Facebook-kommentarer	6	50	35	91
	X/Twitter	3	103	102	208
Kina	Facebook	1	14	19	34
	Facebook-kommentarer	1	6	0	7
	X/Twitter	2	12	35	49
Total		43	363	296	702

I de følgende analysene ser vi først på delinger av lenker tilhørende domener i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket på Facebook-sider og -grupper, og så på delinger i facebook-kommentarer skrevet på sider tilhørende norske medier og politikere og til sist X/Twitter. Samlet sett får vi dermed et innblikk i hvor mye innhold som er delt i den online debatten i Norge i perioden.

6.2.5.1 Lenkedelinger på Facebook

I datainnsamlingsperioden har det i alt vært 116 423 delinger av innhold affiliert med enten Russland eller Kina på facebook-sider og -grupper. Vi finner i alt 11 036 unike facebook-sider

og -grupper, som har delt lenker fra det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket i tidsperioden. Vi har etter dette filtrert på de skandinaviske språk, som gir 347 delinger som datagrunnlag til denne analysen.

Som tabell 6.4 viser, er størstedelen av delingene lenker til aktører i det russiske påvirkningsnettverket (313 delinger), mens det er 34 innlegg med lenker til det kinesiske påvirkningsnettverket. Ingen av delingene vi finner i perioden handler spesifikt om lokalvalget. Funnet av lenker fra det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket viser imidlertid at utenlandsk innhold når et norsk publikum. Delingene ses særlig ifm. tematikker som kan bidra til friksjon og tvil i samfunnet.

Den kvalitative gjennomgangen av de 347 delingene på facebook-sider og i facebook-grupper viser ingen tegn på inautentisk adferd. Delingene bærer preg av autentiske delinger av informasjon omhandlende bl.a. krigen i Ukraina og Covid-19. Et eksempel på dette ses nedenfor i figur 6.6.



Figur 6.6 Eksempel på deling av lenke til russisk-affiliert side i den norske debatten. Skjermdump tatt 28.09.23.

Utover delinger på facebook-sider og i facebook-grupper har vi også sett på om det deles lenker fra de to påvirkningsnettverkene i kommentartrådene på sider tilhørende norske medier og politikere.⁸⁴

6.2.5.2 Lenkedelinger i facebook-kommentarer

I tabell 6.4 fremgår det at det er i alt 98 delinger affiliert med det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket i facebook-kommentarer, og vi har brukt OSINT-manualen til å gjennomgå dem alle. Det er særlig ABC Nyheter (54) og VG (10) som har delinger i kommentarfeltet på deres

⁸⁴ Se vedlegg B: Populasjoner

innlegg. Det delte innholdet omhandler større internasjonale begivenheter, spesielt Russlands krig mot Ukraina. Delingene av lenker kan indikere at Russlands forsøk på å skape tvil om hendelsene i Ukraina, og dermed å kontrollere narrativet om krigen, resonnerer med en liten delmengde av den norske befolkningen.

Til tross for funnet av lenker til russiske og kinesiske påvirkningsaktører i den online norske debatten i perioden, er det ikke funnet lenker som handler om valget eller utviser inautentisk adferd. Vi finner kun fire kommentarer på norske politikeres facebook-innlegg som lenker til russiske medier. Delingene er ikke henvendt direkte til de gjeldende politikerne, men til nordmenn som ikke utelukkende bruker etablerte, norske medier som kilder når de debatterer på Facebook.

Analysen avdekker ikke at kommentartrådene hos norske medier og politikere er en arena hvor det hyppig deles lenker til russiske eller kinesiske påvirkningsnettverk. Delingene vurderes også å være autentiske. De eksemplene vi har funnet er delinger som omhandler krigen i Ukraina, herunder Norge og EUs engasjement i krigen, og mistillit til amerikanske politikere.

6.2.5.3 Lenkedelinger på X/Twitter

Vi finner 257 delinger av lenker til russiske eller kinesiske aktører i skandinaviskspråklige X/twittermeldinger i perioden 1. juli til 17. september 2023 (2,5 mnd). Til sammenligning ble det i perioden september 2019 - september 2021 (2 år) delt 1 031 lenker.⁸⁵ Det kan isolert sett tyde på en relativ økning i delinger i 2023, men disse tallene er ikke sammenlignbare da vi i år har åtte ganger så mange kilder/aktører med i datagrunnlaget (941 i år mot 114 i 2019-2021). Som i 2021, finner vi flere delinger av lenker fra det russiske påvirkningsnettverket enn delinger av lenker fra det kinesiske påvirkningsnettverket.

Russia Today (RT) er det mediet som har hatt flest delinger henvendt mot et norsk publikum. I alt blir lenker til artikler fra RT delt 89 ganger i perioden. På andreplass er det RBC.ru med 51 delinger og zeroledge.com med 37 delinger.

Vår gjennomgang viser at delinger til disse hjemmesidene primært ses ifm. X/Twitter-samtaler om krigen i Ukraina (90 delinger), internasjonal politikk med fokus på amerikansk politikk og aktuelle begivenheter som f.eks. det forestående toppmøtet blant BRICS-landene (88 delinger), og Norge i en internasjonal kontekst (11 delinger).

Delinger av lenker til det kinesiske påvirkningsnettverket handler primært om internasjonale emner som USA, krigen i Ukraina og Kina som stat og internasjonal aktør (28) på X/Twitter. I tillegg er det 11 tilfeller der kilder i det kinesiske påvirkningsnettverket i blir fremhevet som gode alternativer til vestlige medier og narrativer.

Vi har via en kvalitativ analyse av de 257 delingene av lenker i skandinaviske twittermeldinger ikke funnet eksempler på delinger som viser tegn til inautentisk adferd. Ingen av de delte lenkene tar for seg lokalvalget, men som det også gjorde seg gjeldende på Facebook, så er det

⁸⁵ Sivertsen, *et al.* (2022), s. 42.

norske X/twitterbrukere som deler kilder fra russiske og/eller kinesiske aktører i debatten. Typisk skjer dette når samtalen handler om internasjonale emner som krigen i Ukraina eller begivenheter i USA.

6.2.6 Særegne begrensninger og utfordringer

I forbindelse med utarbeidelsen av analysen har det vært noen begrensninger. En av dem er at vi har innsamlet og gjennomgått data fra åpne facebook-grupper, men ikke lukkede og private grupper. Det er derfor mulig at deling av lenker av de to påvirkningsnettverkene skjer markant mer og har som mål å påvirke den norske, digitale debatten. Det ligger dog utenfor prosjektets rammer å undersøke private facebook-grupper.

Det skal også tas forbehold for at denne analysen kun ser på delinger av lenker. Innhold som spres som videoer, bilder eller rene tekststykker innsamles og vurderes ikke. I tillegg er Crowd-Tangle enda ikke utviklet til å kunne inkludere plattformer som Telegram og TikTok. Derfor er datainnsamlingen begrenset til Facebook og X/Twitter, og vi kan kun utelukkende dra konklusjoner om disse to plattformene.

Avslutningsvis gjennomgår vi kun data på skandinaviske språk. Det skyldes at vi ser på spredning av innhold fra de to påvirkningsnettverkene i den norske debatten, og her er antakelsen at påvirkningsforsøk ikke ville skje på et fremmedspråk som engelsk, russisk eller kinesisk, men derimot på norsk mest sannsynlig.

6.2.7 Samlet konklusjon for analyse 2

Det kan konkluderes med at innhold produsert av det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket fortsatt spres og treffer et norsk publikum på Facebook og X/Twitter. Vi har ikke funnet indikasjoner på at utenlandske aktører står bak. Vi har ikke funnet innhold av inautentisk karakter hverken på Facebook eller X/Twitter. Det deles vesentlig mer innhold fra det russiske påvirkningsnettverket enn det kinesiske.

6.3 Analyse 3 – Avdekking av inautentisk adferd

I analyse 3 undersøker vi om vi kan avdekke inautentisk adferd ved hjelp av tre metoder. Her leter vi etter informasjonspåvirkning mot et norsk publikum i form av koordinert eller inautentisk aktivitet som ikke nødvendigvis deler innhold fra Russland- eller Kina-affilierte kilder. Analyse 3 skal gi svar på følgende spørsmål:

- Har det forekommet inautentisk aktivitet fra utenlandske aktører på sosiale medier som retter seg mot et norsk publikum i perioden?
- Hvis ja, kan aktiviteten karakteriseres som forsøk på å påvirke den politiske debatten, splitte befolkningen og undergrave tilliten til politikere, norske myndigheter i Norge?

6.3.1 Oppsummering av viktigste funn

Vi finner to forsøk på å påvirke nordmenn i perioden ved bruk av koordinert, inautentisk aktivitet:

- En rekke potensielt inautentiske kontoer forsøker å påvirke støtten til en imam i Yemen (Case 4: Imam al-Yamani).
- En rekke potensielt inautentiske kontoer forsøker å påvirke støtten til Oromia i Etiopia (Case 5: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia, Etiopia).

Forsøkene var av begrenset omfang. Vi vurderer at de hadde liten eller ingen effekt.

6.3.2 Analysens struktur

I denne analysen undersøkes det om det finnes eksempler på inautentisk adferd rettet mot et norsk publikum på Facebook og X/Twitter i perioden 1. juli til 17. september 2023. Vi undersøker forekomsten av inautentisk adferd fordi det er ett av de mange verktøyene som brukes ifm. påvirkningskampanjer.⁸⁶

Denne analysen er delt i tre del-analyser for å avdekke mulig inautentisk adferd rettet mot et norsk publikum: 1) koordinert lenkedeling (CLSB), 2) burst-adferd og 3) tekstlikhet. Metodene beskrives i neste kapittel. Del-analysene har hver sin konklusjon som samlet danner et bilde av det avdekkede omfanget av inautentisk aktivitet mot et norsk publikum. De to eksemplene på potensielt inautentiske profiler beskrives i kapittel 7 (Case-eksempler fra analysene).

Det skal understrekes at denne analysen utelukkende fokuserer på *inautentisk adferd rettet mot et norsk publikum*. Dvs. at kampanjer rettet mot et norsk publikum som utføres av autentiske personer ikke inngår, og det gjør heller ikke inautentisk adferd som er rettet mot et utenlandsk publikum. Grunnlaget for de dyptgående analysene og kvalitative vurderinger er omtalt i OSINT-manualen (vedlegg A).

6.3.3 Analysemetoder

For å avdekke inautentisk adferd tas følgende tre metoder i bruk:

1. Koordinert lenkedeling: En metode som er utviklet spesifikt for å undersøke om flere brukerprofiler koordinerer delingen av lenker fra kilder som f.eks. påvirkningsnettverkene i en synkronisert tidsperiode. En slik adferd kan indikere en form for koordinert inautentisk adferd, hvor flere profiler samarbeider om å fremme spesifikt innhold eller narrativer.⁸⁷ I denne analysen fokuseres det på koordinert adferd utført av utenlandske aktører rettet mot et norsk publikum.

⁸⁶ Giglietto, F., Righetti, N., Rossi, L., & Marino, G. (2020). It takes a village to manipulate the media: coordinated link sharing behavior during 2018 and 2019 Italian elections. *Information, Communication & Society*, 23(6), 867-891. Hentet fra: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1739732>

⁸⁷ Acker, A., & Donovan, J. (2019). *Information, Communication & Society*, 22(11), 1590-1609. doi:10.1080/1369118X.2019.1645194, ss. 1591-1593.

2. Burst-adferd: Undersøker om en gitt brukerprofil aktivt deler flere innlegg innenfor en forutdefinert tidsramme. Dette analytiske redskapet gir oss innblikk i hvorvidt en brukerprofil generelt eller periodisk utviser et meget høyt aktivitetsnivå. For å klassifisere adferden som "burst" har vi fastlagt kriterier som gjør at vi kun fanger opp brukerprofiler som har lagt ut minst fire innlegg innenfor en tidsperiode på to minutter av gangen.

3. Tekstlikhet: Avdekker om det samme innlegget eller den samme kommentaren legges ut gjentatte ganger i den undersøkte perioden. Definisjonen på dette er at identisk tekst deles hhv. to ganger på X/Twitter og tre ganger i kommentarfelt på Facebook. Teksten må minimum ha en tekstlengde på 30 bokstaver. Dette for å unngå støy i form av vanlige gjentakelser som gratulasjoner og støttemeldinger. Hvis flere profiler deler den samme teksten, eller hvis den samme profilen deler den samme teksten mange ganger, kan det indikere koordinert og inautentisk adferd.

Funn av koordinerte lenkedelinger, burst-adferd eller deling av samme tekst er i seg selv ikke nok for å fastslå at det har forekommet inautentisk adferd, og derfor kreves det ytterligere undersøkelser. Grunnlaget for de dyptgående analysene og kvalitative vurderinger er som tidligere nevnt omtalt i OSINT-manualen (vedlegg A).

6.3.4 Datagrunnlag

Denne analysen er basert på data som er innsamlet i perioden 1. juli til 17. september 2023. For hver del-analyse er data ytterligere filtrert for å snevre inn og presisere analysen. En oversikt over grunnlaget for all data, samt antall datapunkter for hver del-analyse finnes i tabell 6.5.

Følgende kilder er brukt i tabell 6.5:

- **Facebook-kommentarer:** kommentarer til norske medier og partipolitiske Facebook-sider
- **Facebook-delinger via CrowdTangle:** Facebook-sider og grupper, av lenker til domener som er knyttet til de to påvirkningsnettverkene
- **Facebook-innlegg:** Facebook-innlegg som er publisert av kontoer knyttet til de to påvirkningsnettverkene
- **Telegram innlegg:** Innlegg fra Telegram-kontoer som er knyttet til de to påvirkningsnettverkene

Tabell 6.5 Oversikt over antall data-punkter etter filtre for hver del-analyse i analyse 3

Type innhold	Totalt datagrunnlag	Datafiltrering for hver del-analyse		
		Koordinert lenkedeling	Bursts	Tekstlikhet
Twittermeldinger	703 883	116 071	9 935	8 935

Facebook-kommentarer	3 007 353	46 764	-	10 373
Facebook-delinger via CrowdTangle	97 548	97 548	-	-
Facebookinnlegg	143 006	31 984	-	-
Telegraminnlegg	1 698 593	272 928	-	-

6.3.5 Del-analyse 1: koordinert lenkedeling

I denne del-analysen undersøkes lenkedelinger på tvers av Facebook, X/Twitter og Telegram. Da metoden kun vurderer delinger av lenker består datagrunnlaget for del-analysen utelukkende av innhold som inneholder en eller flere lenker (se tabell 6.5). Totalt er det snakk om 479 362 unike lenker som er delt i 565 295 unike innlegg på tvers av de tre plattformene.

6.3.5.1 Fremgangsmåte

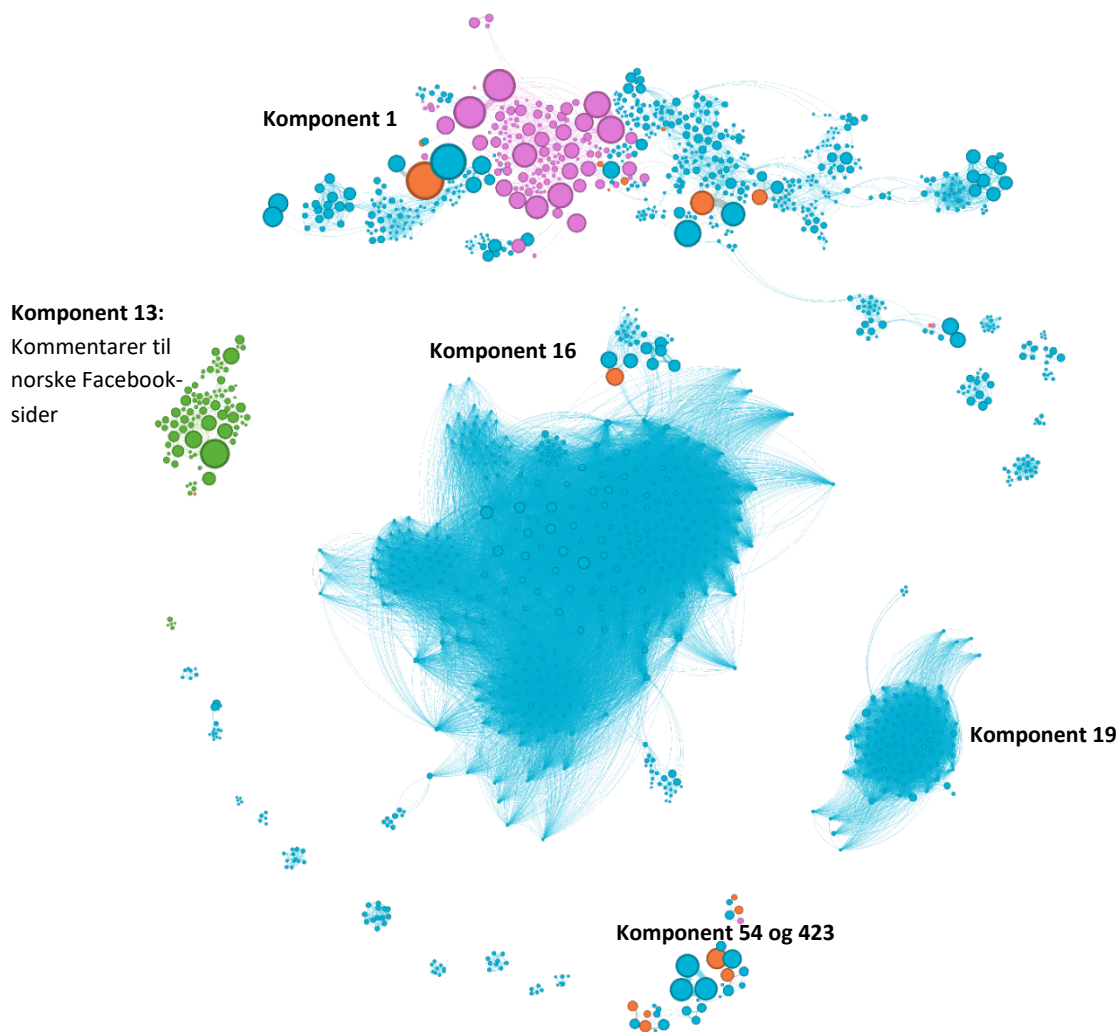
For å undersøke koordinert lenkedeling har vi sett om samtlige lenker i datamaterialet er delt av to eller flere profiler innenfor et tidsrom på maksimalt 30 sekunder. Vi kaller dette for samdelinger av lenker. For å kunne avdekke samdelinger er vi avhengig av å kjenne til tidspunktet for publisering, lenkene som er delt og avsender. Fordi vi har undersøkt lenker på tvers av tre plattformer har vi normalisert tidspunkt til samme tidssone. Vi har også normalisert lenkene i datamaterialet, slik at unødvendige deler av en URL fjernes (typisk tracking-informasjon på en lenke). For lenker som er generert ved hjelp av URL-forkortere (f.eks. bit.ly,youtu.be etc.) har vi forsøkt å avdekke den opprinnelige lenken som forkortelsen viser til. Fordi vi ikke kjenner til avsender av Facebook-kommentarer (da dette er anonymisert via Facebook sitt API), forventer vi at resultatene for Facebook-kommentarene vil inneholde mange falske positive, da vi kun kjenner til hvilken Facebook-side hvor kommentaren er publisert.

I slike store datamengder må man kunne forvente at samdelinger skjer tilfeldig, eller som følge av sampublisering på tvers av autentiske kontoer. Et eksempel på dette kan f.eks. være nyhetsavdelingen og sportsavdelingen ved en medieorganisasjon som deler de samme lenkene til sitt innhold tilnærmet samtidig. For å redusere antall falske positive opererer vi derfor med et filter på at en profil minst må ha tre slike samdelinger (som hver har forekommet innenfor maksimalt 30 sekunder) i tidsperioden.

6.3.5.2 Resultat av del-analyse 1

Vi finner klare tegn på koordinert lenkedeling i datasettet, både på hver plattform isolert sett, men også på tvers av plattformene i perioden. Hovedandelen av disse samdelingene er rettet mot et utenlandsk publikum og på en rekke ulike språk. Vi finner én klynge av samdelinger som er rettet mot et norsk publikum. Dette er primært basert på det språket sidene og gruppene er i. Disse delingene har et kommersielt motiv, da det hovedsakelig er snakk om deling av lenker til nettsider, Telegram og WhatsApp-grupper som i stor grad omhandler kryptovaluta og opptak av forbrukslån.

Globalt nettverk av lenkedelinger

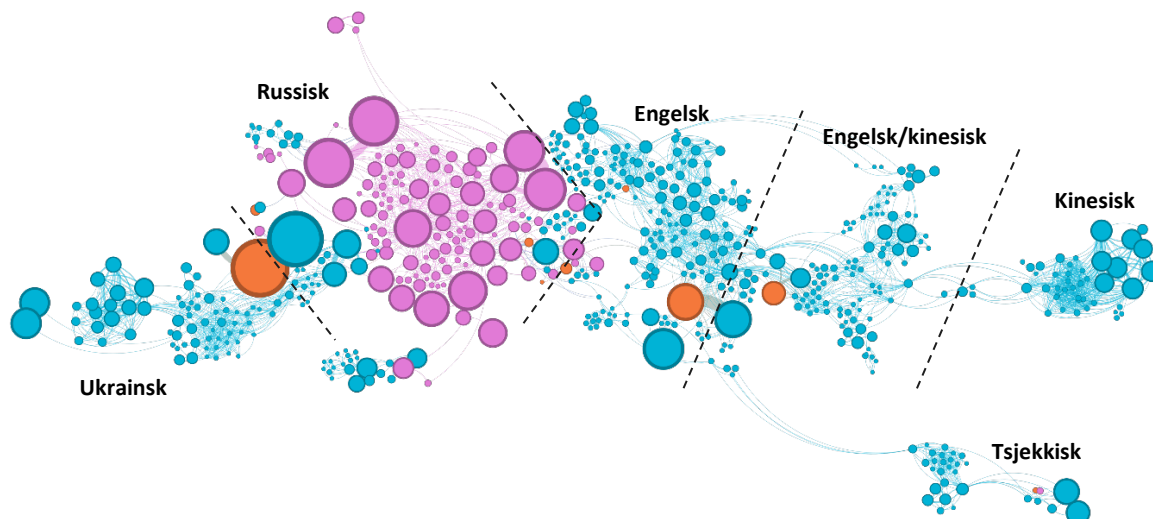


Figur 6.7 De 25 største komponentene av CLSB-nettverket. Størrelse på nodene angir antall samdelinger av lenker som profilen har hatt i tidsperioden. Blå: Facebook-sider og grupper, grønn: kommentarer på norske Facebook sider, oransje: X/Twitter, lilla: Telegram. 1 448 profiler totalt.

Figur 6.7 inneholder de største enkeltkomponentene fra analysen av koordinert lenkedeling. Til sammen er det 1448 profiler som har minst 3 koordinerte lenkedelinger i disse 25 komponentene. Felles for samtlige komponenter bortsett fra komponent 13, er at de er rettet mot et utenlandsk publikum. På grunn av dette har vi ikke gjennomført en kvalitativ vurdering av hva samdelingen av lenkene handler om.

Med unntak av komponent 1, kan komponentene i figur 6.7 karakteriseres ved å primært foregå innenfor ett språklig eller geografisk sammenhengende område. To av de større komponentene

foregår på spansk (komponent 16) og fransk (komponent 19), mens flere små komponenter inneholder språk som kinesisk, tyrkisk, tysk og russisk. Komponent 54 og 423 er engelskspråklig og består særlig av engelskspråklige profiler for kinesiske statsstyrte medier.



Figur 6.8 Komponent 1 er den mest diverse komponenten i nettverket, både i form av plattformer og språk som brukes. Oppdelingen av grafen viser hvordan de største språkklyngene er distribuert. 622 profiler på tvers av Facebook, Telegram og X/Twitter utgjør komponenten.

I kontrast til de andre komponentene som primært foregår på ett språk, er komponent 1 den største og mest språklig diverse. Komponent 1 inneholder en rekke sammenhengende klynger som deler språk. Her finner vi større klynger av ukrainske, russiske, engelske, kinesiske og tsjekkiske profiler. Disse forbindes til resten av komponenten av noen få brobyggere.

Innholdsmessig er profilene i komponent 1 primært fokusert på politikk og nyheter, og i den sentrale del av komponenten finner vi særlig Facebook-grupper som ser ut til å være høyrevridd, stiller spørsmålstegn til «mainstream»-fortellinger om politikk og grupper som inneholder «pro-Putin» eller «alternative media» i navnet. Til tross for komponentens store diversitet, finner vi ikke tegn på aktivitet som er rettet spesifikt mot et norsk publikum. Vi finner dog flere svensk-språklige Facebook-grupper i komponenten.

Komponent 13: Kommentarfelt til norske Facebook-sider: Komponent 13 består av kommentarfelt til norske Facebook-sider. Her finner vi flere falske positive, i den forstand at det er autentiske profiler som har delt lenker til redaktørstyrte medier i et kommentarfelt samtidig. Utover lenker til redaktørstyrte medier, viser en gjennomgang av lenkedelingene at det hovedsakelig er lenker til nettsider, Telegram og WhatsApp-grupper som handler om kryptovaluta, påstått finansiell rådgivning og forbrukslån som deles koordinert. Vi finner en rekke delinger som er publisert helt ned i 10 sekunders mellomrom hos et bredt spekter av norske medier som ABC Nyheter, Aftenbladet, Filter Nyheter, Agderposten, Avisa Nordland, BA, Budstikka, Dagsavi-

sen, Fædrelandsvennen, Fremover, Indre Akershus Blad, iTromsø, Rana Blad, TVNorge, Netta-
visen, Nordlys, Morgenbladet, Moss Avis, Lofotposten og Østlendingen. Noen redaksjoner ser
ut til å ha fjernet kommentarene etter vår datainnsamling, men flere av dem står igjen i kom-
mentarfeltene.

6.3.5.3 Konklusjon av del-analyse 1

Vi finner tydelige tegn på inautentisk adferd gjennom koordinert lenkedeling i datasettet. I all
hovedsak er dette aktivitet som er rettet mot et utenlandsk publikum. Den eneste klyngen av ko-
ordinert lenkedeling som er rettet mot et norsk publikum, består hovedsakelig av lenker til netts-
ider og sosiale medier profiler med innhold om kryptovaluta, påstått finansiell rådgivning og
forbrukslån.

Imidlertid er koordinert deling av lenker bare én av flere måter vi avdekker inautentisk atferd i
denne analysen. Som tidligere nevnt, undersøker vi også om data for tekstlighet og burst inne-
holder mulig inautentisk atferd. To eksempler på dette beskrives i form av to caser, hvor ingen
av dem vurderes å ha hatt effekt.

6.3.6 Del-analyse 2: Bursts

For å snevre analysen inn har vi definert “bursts” for å være 4 innlegg på 2 minutter. På grunn
av tekniske begrensninger er bursts kun undersøkt på X/Twitter. Av de 703 883 samlede twitter-
meldingene, faller 9 935 innenfor denne definisjonen av bursts og danner dermed grunnlaget for
denne del-analysen. Disse kommer fra i alt 404 kontoer.

6.3.6.1 Fremgangsmåte

Innenfor det samlede datasettet av 703 883 twittermeldinger er det filtrert på om brukeren har
postet X/twittermeldinger minst fire ganger innenfor 2 minutter. Dette defineres som et burst.

For å kvalifisere våre funn er det ytterligere gjort en manuell gjennomgang av twittermeldinger
fra profiler som på et tidspunkt har postet en eller flere X/twittermeldinger på norsk, og dermed
kan menes å være rettet mot et norsk publikum. Dette har resultert i en manuell gjennomgang av
2 002 twittermeldinger.

Ved manuell gjennomgang er det sett innholdsmessig på teksten av de 2 002 twittermeldingene,
for å avdekke tematikker og mulig inautentisk aktivitet. Meldingene kommer fra i alt 404 indivi-
duelle profiler som har postet en X/twittermelding på norsk på et tidspunkt. Profiler som ikke er
gjennomgått manuelt er dem hvor avsenderen er tydelig, som nyhetsmedier, eller hvor det er ty-
delig at profilen har postet en tråd, hvor flere X/twittermeldinger postes samtidig eller kort etter
hverandre for å utdype et emne.

6.3.6.2 Resultat av del-analyse 2

Gjennomgangen av bursts har primært vært med fokus på å avdekke inautentisk aktivitet, som
beskrevet i tidligere avsnitt av analysen. En stor del av bursts kommer fra legitime nyhetsmedier

som repostet X/twittermeldinger og egne historier, samt tråder eller svar på samtaler hvor brukere poster X/twittermeldinger flere ganger for å utdype et emne. Det finnes også en del spam-beskjeder, primært omhandlende lenker til kryptovaluta.

Et hovedfunn for analysen har vært kampanjen for et fritt Oromia, som blant annet avdekkes i burst-data. I alt er det funnet 198 twittermeldinger som refererer til Oromia eller Etiopia, og flere av disse finnes i den mer snevre definisjonen av bursts, hvor det postes X/twittermeldinger minst fire ganger på henholdsvis maks ett minutt eller 30 sekunder. Koblet med den kvalitative vurderingen av profilene tyder dette på inautentisk aktivitet, og er utdypet i [Case 6: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia](#).

6.3.6.3 Konklusjon av del-analyse 2

Burst-analysen har gitt anledning til å undersøke en case hvor det forsøkes å påvirke norske aktører om den oromiske frihetskampen i Etiopia (se [Case 6: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia](#)). Det vurderes at det etiopiske påvirkningsnettverket forsøker å nå et norsk publikum, men at det ikke har som formål å undergrave det norske demokratiet eller så tvil om norske politikere. Det er ikke funnet ytterligere forsøk på påvirkning av norske aktører. Bursts preges av primært X/twittertråder og svar som kommer med i vårt datasett på grunn av det brede kriteriet bestående av 4 X/twittermeldinger på 2 minutter, hvilket er mulig å gjøre manuelt.

6.3.7 Del-analyse 3: Tekstlikhet

Data for denne del-analysen baserer seg på kommentarer på norske facebook-sider, som er filtrert for å inneholde minimum 30 tegn, og twittermeldinger. Facebook kommentarer er filtrert for å unngå vanlig gjentatte kommentarer som særlig blir delt i politikeres kommentartråder (gratulasjoner, lykkeønskninger, og lignende).

Der er ytterligere filtrert på hvor mange profiler som skal ha delt samme innlegg, som er henholdsvis to på X/Twitter og tre på Facebook. Dette gir oss et datagrunnlag på 8 935 twittermeldinger og 10 373 Facebook kommentarer.

Der er ytterligere gjennomført en manuell gjennomgang av data med minimum fire delinger på henholdsvis hver plattform, og hvor X/twitterbrukere tidligere har postet en X/twittermelding på norsk. Der er ut fra disse kriteriene manuelt gjennomgått 329 unike twittermeldinger og 168 unike Facebook-kommentarer.

6.3.7.1 Fremgangsmåte

Data er filtrert fra det samlede datasettet på 703 883 twittermeldinger og 3 007 535 Facebook kommentarer (se [tabell 6.5](#)).

Den manuelle gjennomgangen har fokusert på tegn til koordinerte kampanjer som kan være rettet mot et norsk publikum.

6.3.7.2 Resultat av del-analyse 3

På Facebook er der ved hjelp av OSINT-manualen gjennomgått 79 unike kommentarer som gjentas minimum 15 ganger. I denne gjennomgangen finner vi primært eksempler på spam, med unntak av to potensielle kampanjer. Disse vurderes som indikasjoner på inautentisk adferd rettet mot et norsk publikum, og utdypes i case 4 (Imam al-Yamani) og 5 (Norsk støtte til frihetskampen i Oromia).

På X/Twitter er det på samme måte manuelt gjennomgått 321 unike X/twittermeldinger som gjentas mer enn fire ganger, og det finnes primært spam eller generiske uttrykk. Dog er det funnet tegn på tre kampanjer med mål om politisk innflytelse. Den ene er en kampanje for internasjonal støtte for prevensjonsmidler, som tagger flere politikere, blant annet den norske statsministeren. Utover å tagge Jonas Gahr Støre, er det samtidig ingen konkret forbindelse med Norge. Den andre kampanjen omhandler den norske utviklingsbistanden og ønsket om å beholde den på 1%. Det er henholdsvis 3 og 2 unike X/twittermeldinger fra disse kampanjene, og de vurderes å ha svært liten, om noen, effekt. Dette vurderes ut fra antallet av unike X/twittermeldinger og delinger av disse. Den tredje kampanjen omhandler den oromiske frihetskampen i Etiopia, som tidligere er sett i datasettet for burst. Denne casen utdypes ytterligere i case 5, men bekrefter tidligere antagelser av en koordinert kampanje rettet mot norske beslutningstakere.

Utover de enkelte funnene kan størstedelen av data på Facebook og X/Twitter karakteriseres som spam eller fraser som går igjen. Spam kan identifiseres ved formen av tekst, som ofte handler om kryptovaluta eller selvstendige konsulenter som tilbyr tjenester, eller online lenker til populære filmer. Fraser som går igjen inkluderer svar, hvor Facebook og X/Twitter profiler stiller et spørsmål som ofte inkluderer en loddrekning og dermed får mange svar. Særlig på X/Twitter finner vi også reposting av X/twittermeldinger av nyhetslenker og fraser som «oscar winner» (99 X/twittermeldinger) og «I'm stressed» (54 X/twittermeldinger), som er generelle vendinger som brukes i forskjellige kontekster.

6.3.7.3 Konklusjon av del-analyse 3

Gjennomgangen av tekstlighet speiler noen av funnene i burst-data på X/Twitter, men har muliggjort nye funn på Facebook. Det er flere tegn på forskjellige kampanjer, hvor to vurderes å være interessante nok til å beskrive i denne rapporten fordi de fremstår som målrettet mot et norsk publikum. De oppnådde imidlertid liten spredning og vi vurderer at de hadde liten eller ingen effekt. Se Case 4: Imam al-Yamani og Case 5: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia, Etiopia.

6.3.8 Særegne begrensninger og utfordringer

Identifikasjon av inautentisk adferd er et felt som utvikler seg hele tiden, og et stigende antall av plattformer nødvendiggjør et stigende antall av metoder for å forsøke å avdekke det.⁸⁸ Imidlertid er utviklingen enda ikke kommet så langt at det finnes valide og bredt anvendelige metoder for å identifisere alle typer av inautentisk adferd på alle plattformer. Derfor er ikke innhold fra

⁸⁸ Acker & Donovan (2019).

TikTok⁸⁹ en del av datagrunnlaget for denne analysen, mens data fra Telegram (som kun inkluderer profiler knyttet til de to påvirkningsnettverkene) utelukkende anvendes for å se om det kan identifiseres koordinert lenkedeling på tvers av Facebook, X/Twitter og Telegram.

For det andre benytter vi kun kjente mønstre og fagfellevurderte metoder for å avdekke inautentisk adferd. Det betyr at det kan være alternative metodikker som enda ikke er allment kjent eller fagfellevurdert, og som vi derfor ikke forholder oss til.

Ytterligere utvikler inautentisk adferd seg med teknologien. For eksempel gjør såkalte «cyborgs», kontoer som delvis er automatiserte og delvis drevet av et menneske, det vanskeligere å avdekke inautentisk adferd. Det følger at slik som teknologien utvikler seg vil særlig mer avanserte automasjoner gjøre det mer komplisert å skille det autentiske fra det inautentiske.⁹⁰ Inautentisk adferd er dog et allmennkjent problem på plattformene som også finner det vanskelig å systematisk avdekke, på tross av tilgang til langt flere datapunkter enn hva vi har hatt adgang til.⁹¹

For det tredje er undersøkelsen underlagt juridiske begrensninger, som for eksempel gjør at vi ikke kan undersøke burst-adferd på Facebook. Utover dette setter GDPR også noen nødvendige begrensninger for hvor dypt OSINT-analysene kan gå ift. å bekrefte eller avkrefte en gitt profils autenticitet, da analysen skal overholde strenge personvernkrav.

Til dels derfor kan vi ikke identifisere aktørene bak. Dette skyldes bl.a. de ovenstående plattformrelaterte, juridiske og tekniske begrensningene, fordi vi ikke kan bekrefte eller avkrefte identiteten på profiler utenfor de enkelte plattformene, og fordi noen påvirkningskampanjer ikke er mulige å oppdage med fagfellevurderte metoder. F.eks. er kampanjer i pilar 4, “weaponized social media”, vanskelige å avdekke fordi de bl.a. forsterker autentisk innhold på inautentisk vis.

6.3.9 Samlet konklusjon for analyse 3

Når vi ser på tvers av de tre plattformene – Facebook, X/Twitter og Telegram – finner vi en del koordinert lenkedeling. Samtidig finner vi kun én norsk klynge, som primært handler om kryptovaluta og forbrukslån. De andre klyngene er ikke rettet mot et norsk publikum. I data for både bursts og tekstlighet finner vi til gjengjeld tre eksempler på mulig inautentisk adferd som er rettet mot et norsk publikum.

De to casene som beskrives er et nettverk som promoterer imam al-Yamani og en kampanje for et fritt Oromia som retter seg mot norske politikere og medier. I ingen av tilfellene kan vi fastslå med sikkerhet om det dreier seg om inautentiske profiler. I den oromiske kampanjen er aktøren bak kampanjen sannsynligvis organisasjonen Qubee MN, men det er ikke mulig å fastslå hvem

⁸⁹ Steel, Parker, & Ruths (2023), s. 10.

⁹⁰ Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2010). Who is Tweeting on Twitter: Human, Bot, or Cyborg? *ACSAC '10: Proceedings of the 26th Annual Computer Security Applications Conference* (ss. 21-30). New York: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/1920261.1920265.

⁹¹ Acker & Donovan (2019).

som står bak organisasjonen. Kampanjen om imam al-Yamani og Oromia vurderes ikke å ha som mål å undergrave det norske demokratiet eller å så tvil om norske politikere eller medier. Begge kampanjene har liten spredning og vi vurderer at de ikke har hatt liten eller ingen effekt.

6.4 Analyse 4 – Forsøk på å undergrave tilliten til valget

I analyse 4 undersøker vi om utenlandske aktører har forsøkt å undergrave tilliten til kommunestyre- og fylkestingsvalget. Her leter vi spesielt etter informasjonspåvirkning i form av spredning av rykter og påstander om valgfusk fra inautentiske profiler og utenlandske aktører. Analysen skal gi svar på følgende spørsmål:

- Er tilliten til resultatet eller gjennomføringen av kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023 blitt forsøkt trukket i tvil på norskspråklige sosiale medier i perioden som er undersøkt?
- Hvis ja, kan vi avdekke at inautentiske profiler eller utenlandske aktører står bak?

6.4.1 Oppsummering av viktigste funn

Vi finner ingen indikasjoner på at utenlandske aktører har forsøkt å trekke det norske lokalvalget i tvil. Kritikken av valget på sosiale medier, inklusive dets resultater eller gjennomførelse, kommer fra autentiske nordmenn. Vi fant således ingen forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører i perioden som ble undersøkt.

6.4.2 Analysens struktur

Analysen skal undersøke om lokalvalgets integritet og demokratiske prosesser er blitt satt i tvil på sosiale medier i perioden 1. juli til 17. september 2023, det vil si før, under eller etter kommunestyre- og fylkestingsvalget. Ytterligere vil analysen avdekke om utenlandske aktører har vært med på å så tvil om valget. Det gjør vi ved å analysere Facebook kommentarer til innlegg på sider tilhørende norske politikere og medier samt norskspråklig innhold fra X/Twitter og TikTok.

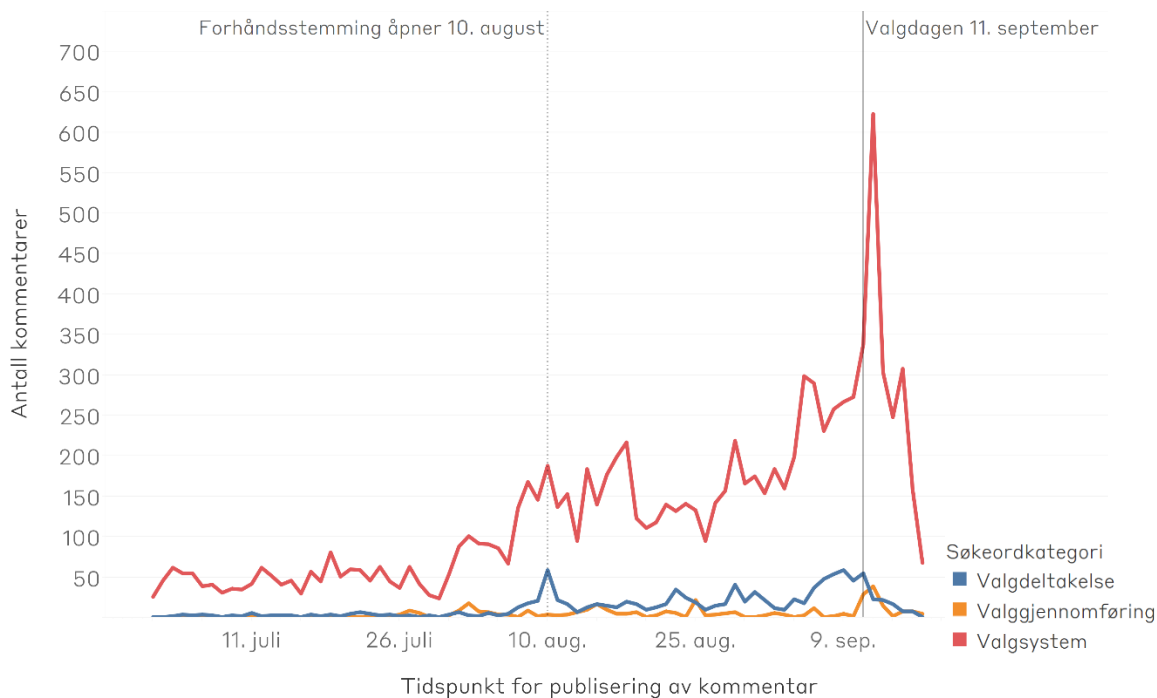
For å kunne undersøke den digitale samtalen om kommunal- og fylkestingsvalgets integritet har vi utviklet en søkenøkkel med i alt 115 ord eller setninger (se vedlegg C: Søkeordlister for å avgrense relevant innhold), som forventes å være til stede i online debatter om valg. Det er snakk om både nøytrale termer som for eksempel «stemmeurne», men også slang og mer negativt ladede vendinger som «triksa valg». På den måten fanger vi opp så mye av samtalen om valgets integritet som mulig. Dessuten er søkenøkkel delt inn i tre emner: valgsystem, valggjennomføring og valgdeltakelse. De tre emnene inneholder hver en rekke søkeord, som relaterer seg til henholdsvis selve valget og ideen om valg som helhet, gjennomførelsen og gyldigheten av valget, og søkeord relatert til handlingen å stemme. Oppdelingen av emner gjør det mulig for oss å

se hvilket emne som har opptrådt mest i debatten, samt forskjellen på den nøytrale og den negativt ladede debatten.

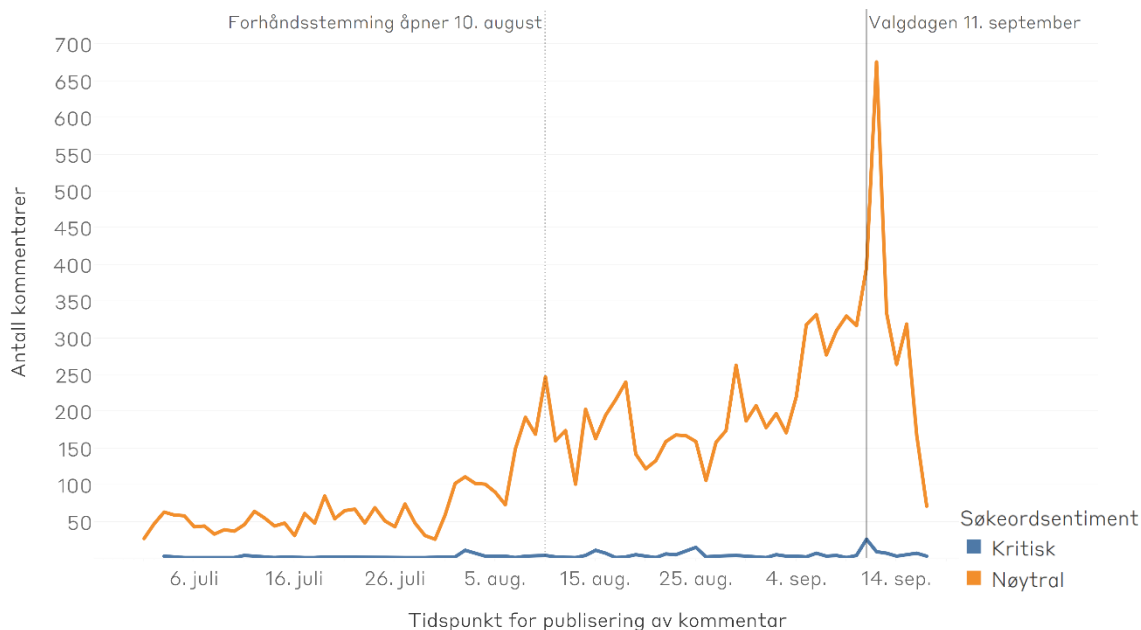
6.4.3 Facebook

Til denne analysen er der samlet inn 10 987 unike kommentarer fra 3 135 facebook-sider tilhørende norske medier og politikere, som samlet sett treffer søkenøkkelen for valgintegritet 11 594 gange. En kommentar kan ha flere treff på søkenøkkelen.

I de to nedenstående figurene illustreres hvordan de ca. 11 000 kommentarene fordeler seg i forhold til emne og om det nevnes nøytrale eller kritiske termer. Begge figurene tydeliggjør at mengden av kommentarer om valgets integritet stiger frem mot valgdagen den 11. september og treffer et høydepunkt dagen etter valget. Etter dette sees et fall, hvor antallet X/twittermeldinger fra den 12. til 13. september mer enn halveres. I figur 6.9 vises det at emnet *valgssystem* er det mest dominerende, mens det snakkes minst om *valg gjennomføring*.



Figur 6.9 Antallet av kommentarer på sider tilhørende norske medier og politikere per dag som treffer søkenøkkelen i perioden 1. juli – 17. september. Kommentarene er delt inn etter om de omhandler emnene valgssystem, valg gjennomføring eller valgdeltakelse. Y-aksen viser antall kommentarer, den stiplede linjen angir når forhåndsstemmingen ble åpnet og den grå linjen angir valgdagen.



Figur 6.10 Antallet av kommentarer på sider tilhørende norske medier og politikere per dag som treffer søkenøkkelen i perioden 1. juli – 17. september. Kommentarene er delt inn etter om de omtaler valget i nøytrale eller kritiske vendinger. Y-aksen viser antall kommentarer, den stiplede linjen angir når forhåndsstemmingen ble åpnet og den grå linjen angir valgdagen.

Figur 6.10 viser at facebookstamtalen om valgets integritet i kommentartrådene primært er nøytral. Kun omtrent 2% av de innsamlede facebookkommentarene defineres som kritiske. Det vil si at det er 213 treff på de kritiske begrepene i søkenøkkelen. I tre av fire tilfeller er det ordene «valgfusks» eller «valgjuks» som treffes på.

Vi finner imidlertid at omtrent en tredjedel av de kritiske kommentarene relaterer seg til amerikansk politikk,⁹² herunder at Donald Trump og andre republikanere anklages for valgsvindel blant annet i delstatene Georgia og Michigan.⁹³ Disse kommentarene er ikke en del av samtalen om det norske lokalvalgets integritet.

En kvalitativ analyse av de resterende kritiske kommentarene viser at de knytter seg til historiene om glemte og/eller gjemte stemmesedler rundt om i landet⁹⁴ samt at nyheten om at Sindre Finnes handlet med aksjer, samtidig som hans kone, Erna Solberg, var statsminister, kom etter valget.⁹⁵ Et eksempel på dette fremgår av figur 6.11 under. Det er også kommentarer som kritiserer de nasjonale politikerne og peker på disse som årsaken til at folk ikke gidder å stemme.

⁹² Kommentaren inneholder minimum ett av følgende ord: Trump, trump, Biden, biden, USA, Georgia, og Michigan.

⁹³ Hotvedt, S. K. (17 juli 2023). *16 tiltalt for alvorlig valgfusks i Michigan*. Hentet fra NRK:

<https://www.nrk.no/urix/16-tiltalt-for-alvorlig-valgfusk-i-michigan-1.16487578>.

⁹⁴ Fausko, L., Bugge, S., Øvrebo, E. F., & Myrvang, S. E. (11 sept. 2023). *Ny valgtabbe: Glemte å sette frem lister for nytt parti*. Hentet fra VG: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/EQnGL2/ny-kommune-med-valgtabbe-skal-ikke-skje>.

⁹⁵ Johnsen, N., & Nilsson, T. (24 sept. 2023). *Støre om Finnes' aksjekjøp: – Omfattende og alvorlig*. Hentet fra VG: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/3E3RR9/stoere-om-finnes-aksjekjoep-omfattende-og-alvorlig>.

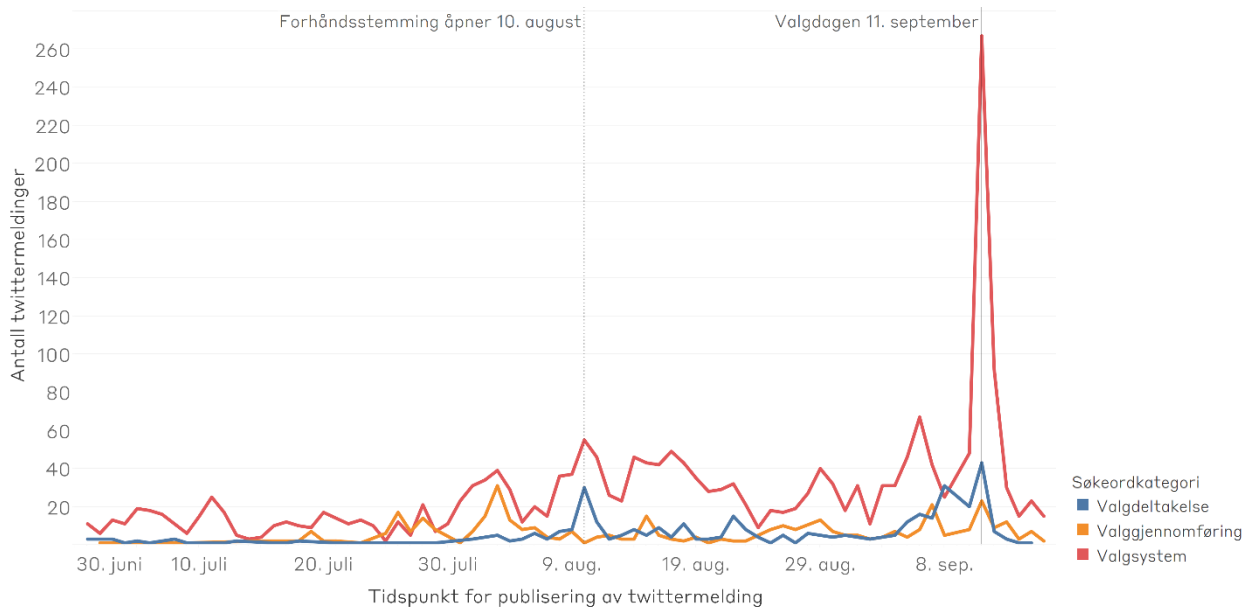


Figur 6.11 En kommentar som kobler nyheten om Sindre Finnes' aksjehandler sammen med valgjuks. Skjermdump tatt 20.09.23.

Vi vurderer at alle kommentarene som betviler valgets integritet utviser autentisk adferd fra nordmenn. Det betyr at det ikke finnes indikasjoner på inautentisk adferd. Dermed finner vi heller ikke tegn på at utenlandske aktører skulle ha forsøkt å så tvil om valgets integritet på de spesifikke Facebook-sidene vi har undersøkt i perioden.

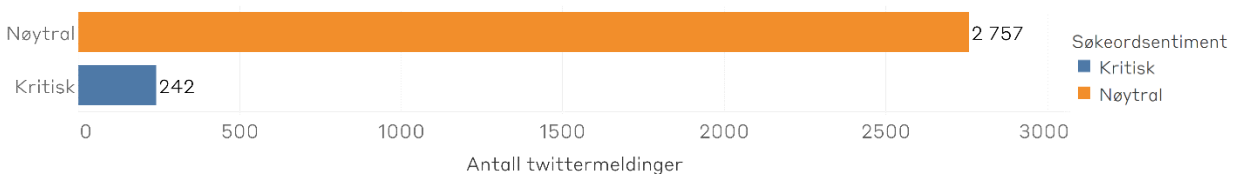
6.4.4 X/Twitter

Grunnlaget for analysen av X/Twitter er 2 777 unike X/twittermeldinger. Alle twittermeldingene er kategorisert etter om de er kritiske eller nøytrale, samt hvorvidt de omhandler emnene valgsystem, valggjennomføring eller valgdeltakelse. Fordi en twittermelding kan inneholde flere av søkeordene som vi har brukt for å finne innhold på plattformen, har vi valgt å telle en twittermelding flere ganger innenfor de forskjellige kategoriene, der dette skjer. Totalt er det snakk om 2 999 twittermeldinger, hvor 2777 av disse er unike, så det er ikke en stor forskjell.



Figur 6.12 Antallet av unike twittermeldinger på X/Twitter per dag i perioden 1. juli – 17. september. Twittermeldingene er delt inn etter om de omhandler emnene valgsystem, valg-gjennomføring eller valgdeltakelse. Y-aksen viser antall kommentarer, den stipulede linjen angir når forhåndsstemmingen ble åpnet og den grå linjen angir valgdagen.

Figur 6.12 viser at samtalen om valgets integritet på X/Twitter i høy grad handler om valgssystemet. Dessuten viser figur 6.13 at de fleste innsamlede X/twittermeldingene omtaler valget og dets integritet i nøytrale termer.



Figur 6.13 Antallet X/twittermeldinger på X/Twitter i perioden 1. juli – 17. september. X/twittermeldingene er delt inn etter om de omtaler valget i nøytrale eller kritiske vendinger.

242 X/twittermeldinger (8,1%) har en kritisk vinkling, men de fleste av disse relaterer seg til anklager om valgsvindler i USA. Det er kun 58 ut av de 242 kritiske X/twittermeldingene som utgjør samtalen om det norske lokalvalget og dets integritet på X/Twitter.

Vi har anvendt vår OSINT-manual (vedlegg A) til å vurdere om de kritiske X/twittermeldingene om det norske lokalvalget er forsøk på påvirkning. Med denne fremgangsmåten finner vi ingen indikasjoner på inautentisk adferd eller innblanding fra utenlandske aktører. Det er altså sannsynligvis snakk om autentiske, norske profiler som setter spørsmålsteget ved valgets integritet.

Typisk er dette politisk interesserte brukere som forholder seg kritisk til tradisjonelle medier og myndighetene generelt.

Anledningen til påstander om valgfusk er igjen manglende stemmesedler i valglokalene eller timingen av nyheten om Sindre Finnes' aksjehandler. På X/Twitter deles det et par usanne påstander om at valgomater er til for å manipulere velgerne og at man ikke bør forhåndsstemme fordi det norske elektroniske stemmetellesystemet bruker samme maskiner som i USA, hvor ekstreme mengder valgfusk ble avdekket.

Alle identifiserte innlegg som var kritiske til lokalvalget i den undersøkte perioden er gjennomgått i tråd med OSINT-manualen (se vedlegg A). Ut ifra dette er det ikke funnet noen indikasjoner på innblanding fra utenlandske aktører i perioden.

6.4.5 TikTok

For å belyse samtalen om valgets integritet på TikTok har vi samlet inn 1894 TikToks i den undersøkte perioden. Begrepet «TikToks» er den allmenne betegnelsen for det korte videoformatet på plattformen. Imidlertid er søkefunksjonen på TikTok tilnærmet eller *fuzzy*,⁹⁶ hvilket medfører mer støy i TikTok-data sammenlignet med data fra Facebook og X/Twitter.

Fuzzy string matching er en metode som sammenligner ord med hverandre for å finne tilnærmede treff. Eksempelvis får vi i søk på ordet «stemmeseddel» et treff som inneholder ordet ”stemmeskuespiller”, da de to ordene anses som å være lignende i TikToks søkealgoritme. Derutover returnerer TikToks søkealgoritme treff uten å vise til om det er et treff i videobeskrivelsen, teksten i videoen, profilnavn eller noe annet. Dette, koblet med en tilnærmet søkefunksjon, gir ekstra støy.

For å minimere graden av støy har vi filtrert data på om videobeskrivelsene inneholder treff på søkenøkkelen om valgets integritet. Det er en konservativ fremgangsmåte som sikrer oss mot falske positive, som er en stor risiko med tilnærmede søkefunksjoner. Med denne metoden vurderes det at knapt 30% av de innsamlede TikToks (353) handler om valgets integritet. Det er disse som utgjør datagrunnlaget i analysen.

Figur 6.15 under viser utviklingen i samtalen om kommunestyre- og fylkestingsvalgets integritet på TikTok i den undersøkte perioden. Som på de to andre plattformene finner vi en økning i antall TikToks omhandlende valgets integritet i uken opp mot valget, som hurtig avtar i dagene etter valget.

⁹⁶ Steel, Parker, & Ruths (2023), ss. 3-4.



Figur 6.15 Antallet av TikToks per dag som omhandler valgets integritet. Der er snakk om 353 TikToks i perioden 10. august – 17. september. Y-aksen viser antallet av TikToks, mens den grå linjen angir valgdagen. I tolkningen av grafen skal det tas forbehold om at det er en relativt liten datamengde, som betyr at små utsving i antall ser uforholdsmessig store ut. Vi finner ikke treff i perioden 1. juli til 9. august på våre søkeord.

Ved bruk av vår OSINT-manual (se vedlegg A) gjennomgikk vi de 353 TikToksene. Her finner vi ingen tegn til at det settes spørsmålstegn ved valg gjennomførelsen, valgets integritet, eller at det sås splid i befolkningen. Imidlertid er det to funn som er verdt å nevne.

For det første er det kun ett treff på de kritiske termene i søkenøkkelen (valgfuske) men dette er en satirevideo. For det andre er det én enkelt TikTok som inneholder feilinformasjon, da det påstås at blanke stemmer «bare fordeles random utover partiene». Etter en nærmere gjennomgang vurderes det dog at dette ikke er et bevisst forsøk på å villedde eller splitte.

Avslutningsvis skal det nevnes at størstedelen av de 353 TikToksene oppfordrer til å (forhånds)stemme til valget eller setter fokus på lokalpolitikk. Derfor kan utviklingen i figur 6.15 indikere at TikTok i stigende grad er en plattform hvor (kanskje spesielt unge) nordmenn opplyser om, diskuterer og forholder seg til politikk.

6.4.6 Særegne begrensninger og utfordringer

Undersøkelsen innebærer noen begrensninger. For det første er facebookdata begrenset til kommentartrådene hos norske politikere og medier. Selv om det betyr at vi har samlet inn data fra 3 135 facebook-sider, er der stadig mye av facebook samtalen vi ikke undersøker. Vi kan derfor kun uttale oss om valgsamtalen på facebook-sider tilhørende norske medier og politikere.

For det andre inngår Telegram ikke i analysen. Det skyldes at analysen foregår på norsk. Det foreligger ikke noen grundig kartlegging av norske telegramgrupper, og dette kartleggingsarbeidet er utenfor rammene av denne analysen. Uten kartleggingen kunne en eventuell datainnsamling her anklages for å være «cherry-picking». Derfor kan vi ikke på en valid måte inkludere data fra norske telegramgrupper i denne analysen, selv om det er en plattform hvor det oftere deles lenker til feilinformasjon enn til profesjonelle kilder.⁹⁷

Avslutningsvis kan det være deler av samtalen om valgets integritet som vi ikke fanger opp, fordi den ikke treffer søkenøkkelen. Det kan være snakk om innforståtte begreper, eller at samtalen føres i mer generelle vendinger ved å si *juks* eller *fusk* i stedet for *valgjuks* og *valgfusk*. Utvikling av søkenøkler er en kontinuerlig prosess, og den vil bli revidert til de kommende analysene.

6.4.7 Samlet konklusjon for analyse 4

I innsamlede data finner vi ingen indikasjoner på at utenlandske aktører har forsøkt å påvirke oppfattelsen av lokalvalgets integritet på Facebook, X/Twitter eller TikTok. All kritikk av valget på sosiale medier, inklusive dets resultater eller gjennomførelse, kommer fra autentiske, kritiske brukere. Blant disse er det også enkelte eksempler på deling av feilinformasjon. Som noe helt nytt finner vi også at TikTok blir brukt til å diskutere politikk og å oppfordre folk til å stemme. Det understreker viktigheten av å inkludere nye, trendende plattformer i slike analyser.

⁹⁷ Herasimenka, Bright, Knuutila, & Howard (2023), s. 198.

7 Case-eksempler fra analysene

Her presenteres fem case-eksempler fra funn i analyse 1 (case 1, 2 og 3) og analyse 3 (case 3 og 4). De tre første beskriver funn fra datamaterialet fra russiske og kinesiske kilder, mens de to siste analysene er eksempler på mulig inautentisk atferd i form av kampanjer rettet mot norske målgrupper.

Det understrekes at ingen av disse case-eksemplene tillegges betydning i våre analyser i form av at de har hatt effekt. De er med her for å illustrere ulike eksempler på funn i vårt datamateriale, som vi vurderer det er relevant å beskrive i denne rapporten.

7.1 Case 1: Slik utnytter Russland saken om 42 reinsdyr

I august 2023 ble en sak om norske reinsdyr prioritert på høyeste politiske nivå i Russland. Talspersonen for Russlands utenriksdepartement, Maria Zakharova, beskrev saken som et overgrep på samisk kultur og etterlyste handling fra dyreaktivistene.

I desember 2022 oppdaget ansatte i den russiske delen av Pasvik naturreservat at 42 norske reinsdyr gresset på den russiske siden av grensen. Russiske myndigheter reiste deretter et erstatningskrav på 47 mill. norske kroner til norske myndigheter. Ifølge norsk lov skal ikke reinsdyr krysse grensen mellom Norge og Russland. I august 2023 ble 40 reinsdyr avlivet av hensyn til veterinærsikkerhet etter at de ble returnert.⁹⁸ Saken fikk noe medieoppmerksomhet i Norge.⁹⁹

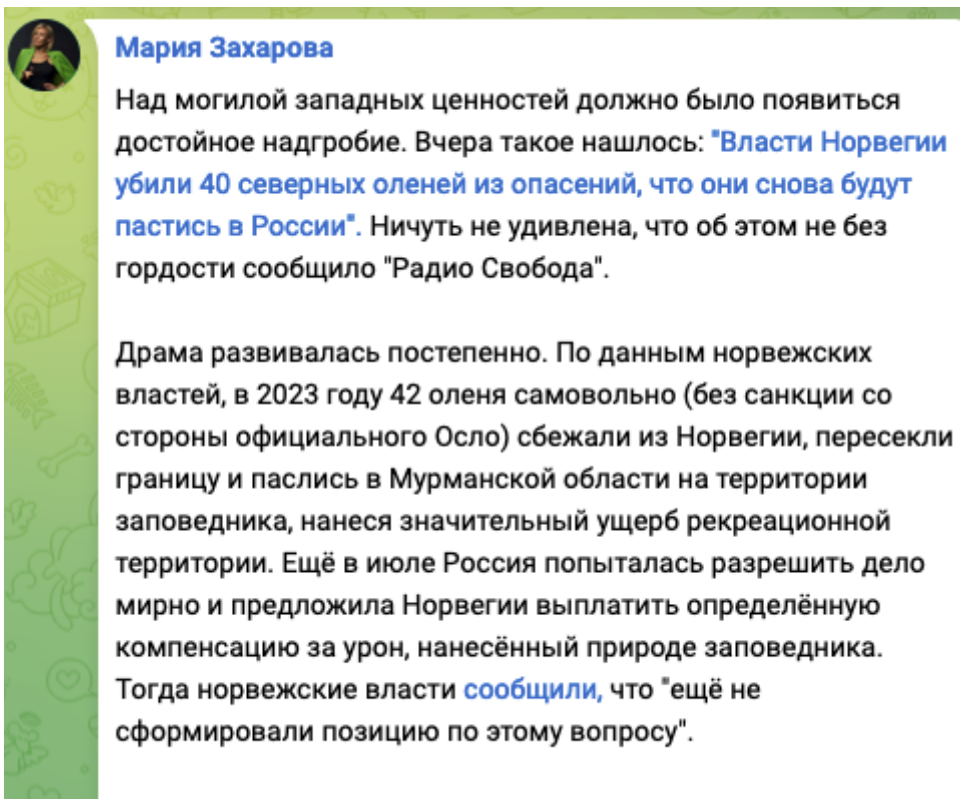
Det russiske påvirkningsnettverket viet imidlertid mer oppmerksomhet til saken. De første beskrivelsene av saken kommer fra statsstøttede medier og proxykilder, etterfulgt av kommentarer fra offisielle russiske myndighetspersoner.

I den forbindelse skifter fokus fra å være rettet mot den manglende økonomiske kompensasjonen til avlivningen av reinsdyrene. Den overordnede fortellingen er som følger: Reinsdyrene ville heller være i Russland. Norge har (hensynsløst) slått reinsdyr i hjel for å unngå å skulle betale (rettmessig) kompensasjon til Russland.

Den mest prominente personen som har kastet seg inn i saken fra russisk side er det russiske utenriksdepartementets offisielle talsperson, Maria Zakharova. I et innlegg på Telegram, sammenligner hun saken med avlivningen av hvalrossen Freya i Norge og giraffen Marius i København Zoo. Ifølge Telegrams egne tall er innlegget sett 500 000 ganger.

⁹⁸ Landbruksdirektoratet. (24 aug. 2023). *Slutt på ulovlig beiting i Russland*. Hentet fra <https://www.landbruksdirektoratet.no/nb/nyhetsrom/nyhetsarkiv/slutt-pa-ulovlig-beiting-i-russland>

⁹⁹ Se, for eksempel: Steine, JE. (26 juli 2023). *Krever 47 mill. for ulovlig beiting*. Hentet fra NRK: <https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/russland-kraver-47.-millioner-kroner-for-ulovlig-grensepassering-av-40-norske-rein-1.16495205>



Figur 7.1 På Telegram skriver talskvinnen for det russiske utenriksdepartementet, Maria Zakharova: "Over graven til vestlige verdier manglet det en verdig gravstein. I går ble en funnet: "Norske myndigheter drepte 40 reinsdyr i frykt for at de igjen ville beite i Russland". Skjermdump tatt 09.10.23.

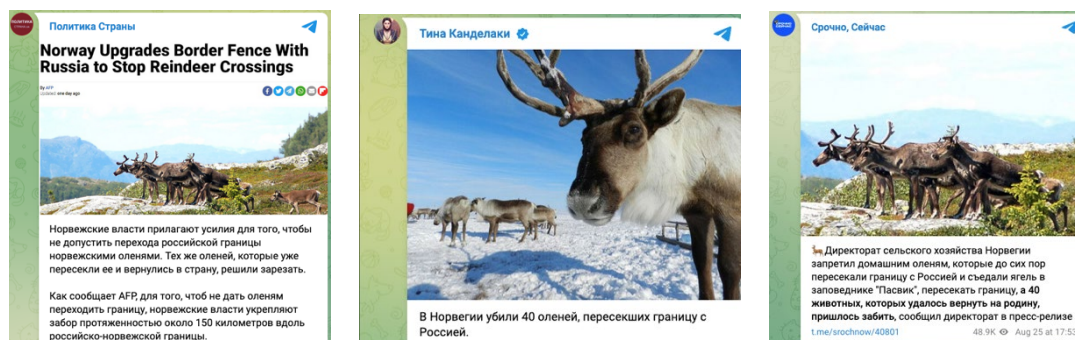
I samme post beskriver hun hendelsen som et overgrep på samisk kultur og mytologi:

«For de innfødte i Norge - det sparsommelige nordlige folket samene, er det som har skjedd blasfemi og helligrøde. I samisk kultur har reindriften en sentral plass, og totemet Myandash - en mannehjort som ifølge legenden er stamfar til folket, ble ofret. Å fornærme en hjort betyr å bringe ulykke over hele migrasjonen, du kan ikke gjøre det under noen omstendigheter, åndene tilgir ikke slikt... Men de norske nyliberalistene og dyrehaterne fra veterinærkontrollen kunne ikke bry seg mindre om samenes følelser, deres mytologi og til og med den tilsynelatende europeiske humanismen.»¹⁰⁰

At Russland fokuserer på samene kan være tegn på at de russiske påvirkningsaktørene forsøker å forsterke en eksisterende konfliktlinje i Norge.

¹⁰⁰ @MariaVladimirovnaZakharova. (u.d.). *Mari aVladimirovna Zakharova*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/s/MariaVladimirovnaZakharova>

Zakharova er ikke den eneste russiske aktøren som er opptatt av saken. I vårt datasett finner vi at en lang rekke både offisielle russiske kilder, russiske statsmedier og proxy-aktører tar saken opp i august. I hele datasettet finner vi at saken er nevnt 66 ganger. Fire ganger på X/Twitter, ni ganger på Facebook og 53 ganger på Telegram. Vi ser altså tydelig at saken prioriteres på tvers av de tre pilarene i GEC-modellen av det russiske påvirkningsnettverket.



Figur 7.2 Tre eksempler på hvordan saken tas opp av russiske aktører på Telegram.¹⁰¹ En kanal skriver: "I Norge drepte de 40 reinsdyr som krysset grensen til Russland. (...) Det er morsomt hvor raskt deres berømte kjærlighet til naturen og dyr forsvant så snart de hørte om boten." Skjermdumper tatt 09.10.23.

Saken viser at Russland er oppmerksomme på saker som de kan bruke for å forsterke konflikter i Norge. Samtidig tyder den på at mange forskjellige deler av det norske statsapparatet kan møte eller bli tatt som gissel av Russlands påvirkningsnettverk.

7.2 Case 2: Telling China's story well

Som nevnt i delkapittel 3.4.2 er et av de primære formålene med kinesisk påvirkning på sosiale medier å male Kina i et positivt lys, som en del av Kinas internasjonale politikk. En av de måtene vi ser det på i den undersøkte perioden er ved at kinesiske aktører fremhever alle fordelene ved et norsk-kinesisk samarbeid og samhandel. Vi finner seks telegraminnlegg, 19 facebookinnlegg, 24 twittermeldinger og en TikTok video, som handler om det norsk-kinesiske samarbeidet og hvordan dette samarbeidet er til gagn for begge landene. I den innsamlede dataen er

¹⁰¹ @stranaua. (25 aug. 2023). *Norway Upgrades Border Fence With Russia to Stop Reindeer Crossings*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/stranaua/120199>; @tikandelaki. (26 aug. 2023). *В Норвегии убили 40 оленей, пересекших границу с Россией*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/tikandelaki/16326>; @srochnow. (25 aug. 2023). *Директорат сельского хозяйства Норвегии запретил домашним оленям, которые до сих пор пересекали границу с Россией и съедали ягель в заповеднике "Пасвик", пересекать границу, а 40 животных, которых удалось вернуть на родину, пришлось забить, сообщил директ*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/srochnow/40801>

det særlig tre fordeler som fremheves: økonomiske, teknologiske og sosiale. Vi viser eksemplene her for å illustrere hvordan «Telling China's story well» kan se ut i praksis, i en kontekst som handler om Norge eller norske interesser.

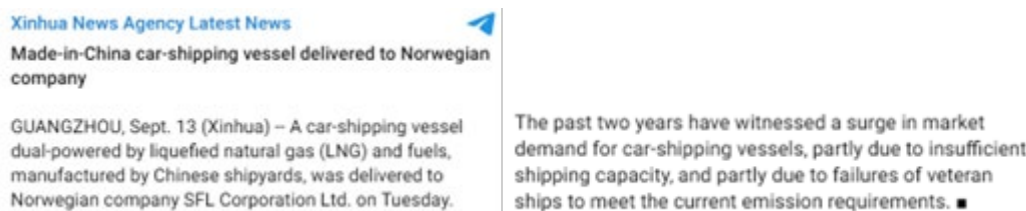
Det er særlig Kinas store import av norsk fisk og skaldyr de kinesiske aktørene snakker om. Se nedenstående skjermbilde (Figur 7.3) som eksempel, hvor People's Daily, China fremhever de økonomiske fordelene ved å handle med Kina.



Figur 7.3 Skjermbilde fra People's Daily, Chinas Facebook-side, tatt 03.10.23.

Lignende tendenser finner vi bl.a. på Telegram, hvor et intervju med norske byråkrater fremheves fordi det legges vekt på «[...] Norway's interest in expanding cooperation with China in ocean economy, in particularly about seafood exports.»

Under (Figur 7.4) er et annet eksempel på nyheter fra det kinesiske påvirkningsnettverket som fremhever handel og samhandling mellom Norge og Kina, her i form av at det kinesisk-produserte og mer klimavennlige lasteskipet Emden har blitt levert til et norsk selskap.



Figur 7.4 Skjermbilder fra Xinhua News Agencys telegraminnlegg tatt 03.10.23.

Avslutningsvis bruker de kinesiske aktørene uttalelser fra den norske ambassadøren i Kina, Signe Brudeset, for å fortelle om de sosiale fordelene ved å samarbeide med Kina (figur 7.5). Hun uttaler i et intervju at Kina og de skandinaviske landene kan lære fra hverandre hva angår redusering av sosial ulikhet.



Figur 7.5 Skjerm bilde fra T-Houses Facebook-side tatt 03.10.23.

Eksemplene fra den ovenstående casen er, sammen med mer nøytral nyhetsformidling, det som oftest kjennetegner Kinas adferd i informasjonsmiljøet i vestlige land. Det er altså snakk om budskap og fortellinger som heller vil fremheve Kinas rolle enn å påpeke feil ved Norge og Vesten mer generelt. Vi finner i vårt datasett to eksempler, på henholdsvis Facebook og Telegram, hvor kinesiske aktører bruker en mer konfronterende retorikk. Disse omtales i case 3 som følger.

7.3 Case 3: Kina sier Nato er svekket og drives av kaldkrigs-mentalitet

Vi finner kun to eksempler på mer konfronterende retorikk fra kinesiske aktører i vårt datasett i perioden. Begge er fra åpne, kinesiske kilder. Det ene finner vi fordi det er fra den kinesiske ambassaden i Norge. Det andre finner vi fordi det omtaler Natos *norske* generalsekretær, Jens Stoltenberg. Vi vurderer dem ikke som betydningsfulle i vår undersøkelse, og slik åpen kommunikasjon er en naturlig del av staters internasjonale politiske påvirkning. Vi omtaler dem her for å illustrere eksempler på kinesisk strategisk kommunikasjon av en mer konfronterende art som kontrast til «Telling China's story well».

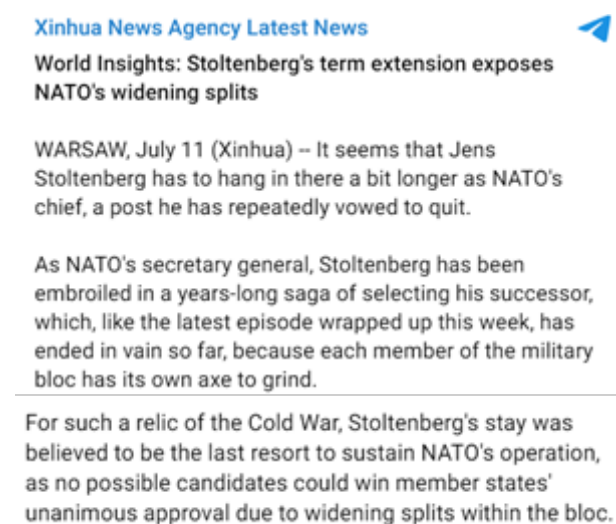
Det første eksempelet er fra den kinesiske ambassaden i Norges facebook-side, hvor en talsperson svarer hardt tilbake på Natos kommuniké etter toppmøtet i Vilnius som uttrykker kritikk av Kina (figur 7.6).



Figur 7.6 Skjerm bilde fra Facebook-siden tilhørende den kinesiske ambassaden i Norge, tatt 03.10.23.

Innlegget retter hard kritikk mot Nato som kontrast til Kina som fremstilles som en garantist for utvikling og velstand. Det avsluttes med setningen “We urge NATO to immediately stop artificially creating confrontation and division, stop using any pretext to attack and smear China, stop its dangerous attempts to destabilize the Asia-Pacific, and truly play a constructive role for world peace and stability.”¹⁰² Kritikken som sådan er dermed ikke rettet mot Norge, men Nato. Siden det ble lagt ut på facebook-siden til den kinesiske ambassaden i Norge anser vi imidlertid målgruppa for å være norsk.

Det andre eksempelet er fra Telegram, hvor den kinesiske nyhetskilden Xinhua News Agency skriver at Nato er et gufs fra den kalde krigen. Jens Stoltenbergs gjenvalg som generalsekretær fremstilles som et uttrykk for en splittet allianse, hvor alle medlemslandene er seg selv nærmest.



Figur 7.7 Skjermbilder fra Xinhua News Agency's telegraminnlegg, tatt 04.10.23

7.4 Case 4: Imam al-Yamani

I den undersøkte perioden finner vi tegn på at et lite nettverk driver en promoteringskampanje på Facebook på vegne av en yemenitisk imam, som er rettet mot et norsk publikum. Kampanjen er avdekket i forbindelse med analyse av tekstlikhet, hvor den samme teksten er blitt delt flere ganger av en rekke profiler i kommentartrådene på norske medier og politikeres facebook-innlegg.

I perioden har syv facebook-profiler delt den samme teksten i alt 22 ganger i kommentartrådene til fire facebook-innlegg fra tre norske nyhetsmedier og én norsk politiker. Profilene deler et ut-

¹⁰²

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0ZMGAM5QovzTLPWxHnCg7mmctTR4YTZnzw7FQAYWUwvp1yeAhCLFqQpoRyA8UN8bl&id=100068377272986

drag fra, og en lenke til, en lengre kunngjøring fra en yemenitisk imam ved navn Nasser Muhammad al-Yamani. Kunngjøringen handler om at man kan unnslippe coronaviruset ved å tilbe Gud og erkjenne at al-Yamani er Guds sanne etterfølger på jorden.

Ifølge nyhetsmediet al-Hurra utgir al-Yamani seg for å være den ”ventede mahdi”, som i den islamske eskatologien er betegnelsen for en frelserskikkelse som forventes å ankomme jorden i verdens siste tid.¹⁰³ På sosiale medier har Al-Yamani stor tilstedeværelse med en rekke profiler på YouTube, Instagram, TikTok, X/Twitter, Spotify og Facebook.

Delingene av imam al-Yamanis kunngjøring fremstår inautentiske av flere grunner. For det første handler den delte teksten ikke om coronaviruset, som innleggene den blir delt i hentyder til. Det er også bemerkelsesverdig at teksten er skrevet på norsk og deles i kommentartråder til en politiker og tre store nasjonale medier – steder man må anta har et bredt norsk publikum. Dette tyder på at kampanjen er spesifikt rettet mot den norske befolkningen.

Videre viser den delte teksten tegn på å være en dårlig maskinoversettelse fra arabisk til norsk. Ingen av de syv profilene later til å ha tilhørighet til Norge og de omtaler heller ikke norske emner på deres egne profiler. For eksempel er flere av profilene registrert som bosatt i Yemen eller Egypt, de poster hovedsakelig på arabisk, til tider på engelsk og fransk, og de deler hovedsakelig fra al-Yamani og lenker til imamens hjemmeside eller SoMe-kanaler.

For det tredje viser en nærmere undersøkelse av de syv profilenes facebook-venner og -følgere, at mange av disse også har profilbilder av al-Yamani og har navn som er setninger av ord-språklignende karakter på arabisk, i stedet for vanlige navn. Disse vennene og følgerne liker ofte gjensidig hverandres innhold eller deler samme kommentar gjentatte ganger til et innlegg. Selv om det ikke med sikkerhet kan konkluderes at alle profilene er inautentiske, tyder mange av disse trekkene på inautentisk adferd, og på et nettverk som er skapt for å spre al-Yamanis budskap.

Vi finner tegn på koordinert inautentisk adferd mellom de syv profilene. Delingene av al-Yamanis Covid-19-kunngjøring finner sted med få sekunders mellomrom. I de samme fire kommentartrådene finner vi mange delinger av andre norskspråklige kunngjørelser fra imamen, som er delt av andre profiler. I ett tilfelle finner vi at ca. tre fjerdedeler av kommentarene til et innlegg består av henvisninger til al-Yamani, men ingen av kommentarene forholder seg til innholdet i selve innlegget.

På imam al-Yamanis hjemmeside fremgår det at Covid-19-kunngjøringen opprinnelig er skrevet for mer enn tre år siden, og den har blitt delt på 17 forskjellige språk. Hjemmesiden har også en internasjonal del, hvor noen av al-Yamanis kunngjøringer oversettes til en rekke forskjellige språk, hvorav norsk er ett av dem (se figur 7.8).

¹⁰³ Britannica. (u.d.). *mahdī*. Hentet fra Britannica: <https://www.britannica.com/topic/mahdi> den 20 oktober 2023.

*** International Section ***			
The Verdict of Imam Mahdi The Official English Translator يوم امين, 07-01-2023	المشاركات: 3,972 الردود: 1,288	22	English
فتاوى امام هادي عليه السلام مترجم رسمي بآيات امام هادي يوم امين, 08-07-2022	المشاركات: 2,115 الردود: 936	10	فارسي
..Fatwa Al Imam Al Mahdi chimi hasbullah يوم امين, 11-09-2022	المشاركات: 990 الردود: 631	3	Melayu
..Annonce de la continuité de Traducteur officiel de l'Imam al Mahdi AM 07 00 29 09 2023	المشاركات: 634 الردود: 352	3	Français
..Bris Çiğerin babası لو الرب القوي AM 02 13 09 07 2022	المشاركات: 92 الردود: 50	1	Türk
Prins Khalid bin Salman død حسن خالد AM 02 40 06 03 2023	المشاركات: 12 الردود: 10	1	Norsk

Figur 7.8 Skjermbilde av al-Yamanis hjemmesides internasjonale del, tatt 10.10.23.

I perioden mellom april 2020 og mars 2023 er det i alt utgitt 10 kunngjøringer på norsk på imam al-Yamanis hjemmeside. Dette indikerer at al-Yamani og nettverket omkring imamen målrettet forsøker å få spre deres budskap til et norsk publikum. Ingen av uttalelsene handler dog om Norge. Samtidig virker Norge også som et mindre prioritert land, da det kun er oversatt 10 uttalelser til norsk, men 936 til farsi og 1 288 til engelsk.

Vi kan konstatere at delingen av al-Yamanis Covid-19-kunngjøring på fire norske facebook-sider bærer preg av inautentisk adferd som er rettet mot et norsk publikum. Kunngjøringens innhold og de profilene som deler den ser ikke ut til å ha noen tilknytning til Norge, men nettverket bruker ressurser på å spre imamens budskaper til et norsk publikum.

7.5 Case 5: Norsk støtte til frihetskampen i Oromia, Etiopia

I data fra X/Twitter finner vi et eksempel som viser både tegn til inautentisk adferd og er rettet mot et norsk publikum: En kampanje for frihetskampen for Oromia-regionen i Etiopia. Denne kampanjen finnes i datasettet for både bursts og tekstlikhet på X/Twitter.

I data for burst-aktivitet på X/Twitter er det funnet 428 X/twittermeldinger fordelt på 30 brukere som henvender seg til et norsk publikum for å samle støtte til Oromia, mens det i data for tekstlikhet er funnet 707 X/twittermeldinger fra 52 profiler¹⁰⁴ som gjentar de samme 33 unike formuleringene. Dette fremstår som en koordinert kampanje.

X/Twitter-kampanjen om Oromia er naturlig å se i kontekst av at Etiopia har en lengre historie med konflikter mellom regionene. Eksempelvis protesterte Oromia og regionen Amhara i 2015

¹⁰⁴ Alle de 30 profilene fra burst-data inngår i de 52 unike profilene i data for tekstlikhet. Derfor bygger casen på i alt 52 profiler.

og 2016 mot etnisk rensing, brudd på menneskerettighetskonvensjoner, og et forsøk på å underminere regionenes selvbestemmelse.¹⁰⁵ I 2018 ble Abiy Ahmed Ali statsminister, men det har ikke ført til en varig stans i væpnet konflikt langs etniske skillelinjer i landet, og det forekommer stadig kamper mellom regjeringsstyrker og lokale militser fra bl.a. Oromia.¹⁰⁶

I X/Twitterkampanjen for den oromiske frihetskampen tagges norske myndigheter som det norske utenriksdepartementet (@NorwayMFA) og regjeringen (@Regjeringen) samt nyhetsmedier som NRK. De tagges ofte sammen med EU- og amerikanske institusjoner og nyhetsmedier som AP og Reuters. X/twittermeldingene gjør blant annet oppmerksom på den fysiske makten som anvendes mot oromoere i regionen. Eksempler ses i Figur 7.9 og Figur 7.10 under:



Å finansiere det terroristiske etiopiske imperiet og dets leder (#genociderAbiy) er sløsing med skattebetalernes penger som brukes til å begå folkemord på Oromos osv. @SecBlinken @SenateForeign @eu_eas #UN @WorldBank @IMFNews @EIBGlobal @EUinEthiopia @amnesty #OromosRight2Life

9:00 PM · Aug 10, 2023 · 14 Views

Figur 7.9 Eksempel på en X/twittermelding som fremkommer i burst-data på X/Twitter. Denne er postet 36 ganger og er skrevet på norsk, men uten å tagge norske myndigheter eller nyhetsmedier. Skjermdump tatt 09.10.23.



Det er en sløsing med skattebetalernes penger å gi midler til det mest korrupte etiopiske koloniimperiet som har brukt/bruker billioner på urettferdige kriger mot sine egne borgere. @panoramanyheter @NRKno @NorwayMFA #FN @AP @AFP @Reuters @nytimes #HumanRights4Oromos

10:37 PM · Jul 5, 2023 · 56 Views

Figur 7.10 Eksempel på en X/twittermelding som fremkommer i burstdata på X/Twitter. Denne er postet 14 ganger og er både skrevet på norsk og nevner norske nyhetsmedier og myndigheter. Skjermdump tatt 09.10.23.

¹⁰⁵ Fisher, J., & Tsheyahe Gebrewahd, M. (2018). 'Game over'? Abiy Ahmed, the Tigrayan People's Liberation Front and Ethiopia's political crisis. *African Affairs*, 1-12. doi:https://doi.org/10.1093/afraf/ady056, s. 5-8.

¹⁰⁶ Houreld, K. (21 mai 2023). *Rebel or bandit? His life illuminates Ethiopia's hidden insurgency*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/world/2023/05/21/ethiopia-oromiya-oromo-amhara/>; United Nations. (10 okt. 2023). *Ethiopia: United Nations Special Adviser warns of heightened risk of genocide and related atrocity crimes amid increased violent clashes in Tigray, Amhara, Afar and Oromi*. Hentet fra UN: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/UN_Special_Adviser_statement_Ethiopia_101023.pdf.

Kampanjen er tydelig rettet mot et norsk publikum i både språk og tags jfr. Figur 7.9 og Figur 7.10. Fokus på ”sløsing med skattebetalernes penger” kan ses som et forsøk på å påvirke den politiske debatten i Norge. Flere av profilene har også postet X/twittermeldinger om Oromia på engelsk, arabisk og oromo, men ikke på de andre skandinaviske språkene.

Når vi søker på ”oromia” og enten @DanishMFA, @SweMFA eller @Ulkoministerio sees det enkelte X/twittermeldinger fra 2022 eller 2021, men få fra 2023. I figur 7.11 under sees en X/twittermelding hvor den danske, norske og svenske utenriksministeren tagges. X/twittermeldingen er på engelsk og derfor ikke i samme grad målrettet mot et nasjonalt publikum, som eksemplene i Figur 7.9 og Figur 7.10.



Figur 7.11 Eksempel på en engelskspråklig X/twittermelding fra 2023 hvor @NorwayMFA, @SwedenPM og @DanishMFA nevnes sammen med en rekke andre land og institusjoner. Skjermdump tatt 09.10.23.

Det har tidligere vært etiopiske kampanjer på sosiale medier som har vært kritiske til etiopiske styresmakter. To eksempler på tidligere, etiopiske X/Twitterkampanjer er #StopCensorship og #EthiopianDream. Felles for dem er at det kun er hashtaggen som gjenbrukes, mens det oppfordres til at etiopiere deler sine egne holdninger.¹⁰⁷ Dermed skiller de seg fra kampanjen om Oromia.

Det er vanskelig å fastslå hvem som organiserer kampanjen. Vi finner tegn på at det kan være organisasjonen Qubee MN, da ca. halvparten av profilene lenker til hjemmesiden <https://qubee-mn.org> i deres profilbeskrivelse. I tillegg koordineres det pro-oromiske X/Twitter-kampanjer på

¹⁰⁷ Hailu, B. (2023). The Zone 9 Bloggers and Activism Collective: Civil Society and Online Activism in Addis Ababa. i C. Pellerin, & L. Cochran, *Citizens, Civil Society, and Activism under the EPRDF Regime in Ethiopia: An Analysis from Below* (ss. 149-172). McGill-Queen's University Press. doi:10.1515/9780228017851.

den hjemmesiden. En pågående kampanje vises i nedenstående Figur 7.12, hvor det også fremgår at kampanjen inneholder X/twittermeldinger på engelsk, oromo, norsk og arabisk – de samme språkene som flere av profilene i datasettet også poster på. Det er uklart hvem som står bak organisasjonen og hvem som har registrert domenet.



Figur 7.12 Skjerm bilde av en pågående X/Twitterkampanje fra <https://qubeemn.org>, hvor det er mulig ved hjelp av noen få klikk å poste pro-romiske budskaper på engelsk, oromo, norsk og arabisk. Tatt 17.10.23.

Vi finner dermed at det har vært en koordinert kampanje på X/Twitter som har forsøkt å nå et norsk publikum med budskapet om å støtte den oromiske frihetskampen. Bak kampanjen står sannsynligvis organisasjonen Qubee MN, men deres identitet og hvorfor kampanjen er målrettet mot Norge er stadig uklart.

8 Funn og konklusjon

På oppdrag fra Kommunal- og distriktsdepartementet (KDD) har Forsvarets forskningsinstitutt (FFI), sammen med de skandinaviske analysebyråene Analyse & Tall og Common Consultancy, forsøkt å kartlegge utenlandsk påvirkning i forbindelse med kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023. Vi har tatt utgangspunkt i en hypotese om at nordmenn ikke har blitt utsatt for målrettede påvirkningsforsøk fra utenlandske aktører på sosiale medier i perioden vi har undersøkt (1. Juli – 17. September, 2023). Basert på trusselvurderingene fra Etterretningstjenesten og Politiets sikkerhetstjeneste, har vi sett spesielt på russiske og kinesiske aktører, men kartleggingen er ikke begrenset til disse.

8.1 Oppsummering av funn

Gjennom fire ulike analyser har vi forsøkt å motbevise hypotesen ved å avdekke påvirkningsforsøk rettet mot valgresultatet, valgdeltakelsen, tilliten til valggjennomføringen, den politiske debatten, splittelse av befolkningen og undergraving av tilliten til politikere, norske myndigheter og det norske demokratiet. Vi har kartlagt og analysert aktiviteten til kjente russiske og kinesiske aktører, spredning av lenker fra Russlands og Kinas påvirkningsnettverk til et norsk publikum, koordinert og inautentisk adferd som botnettverk og falske profiler og målrettede forsøk å undergrave tilliten til valget.

Plattformene vi har undersøkt er Facebook, X/Twitter, Telegram og TikTok. Valget av plattformer er gjort basert på kunnskap om hvordan tidligere kjente påvirkningsoperasjoner er blitt utført, plattformenes popularitet og utbredelse, samt tekniske og juridiske begrensninger for datainnsamling og analyse innenfor rammene av dette prosjektet.

Gjennom de fire analysene har vi ikke funnet tegn på at noen utenlandske aktører forsøkte å påvirke valgresultatet, valgdeltakelsen eller tilliten til valget i perioden vi har undersøkt. Vi har funnet noen enkeltstående forsøk på informasjonspåvirkning fra utenlandske aktører som kan ha hatt som hensikt å påvirke den politiske debatten og/eller skape splittelse. Forsøkene var av begrenset omfang med liten spredning, og vi vurderer at de sannsynligvis ikke hadde noen effekt.

Kritikken av valget på sosiale medier, inkludert valgresultatet og gjennomføringen, kommer fra autentiske norske profiler. Blant disse er det også enkelte eksempler på deling av feilinformasjon. Et interessant funn er at TikTok ble brukt til å diskutere politikk og til å oppfordre folk til å stemme. Det viser viktigheten av å inkludere nye, trendende plattformer i slike analyser.

Både russiske og kinesiske aktører utviste liten interesse for Norge i perioden. Det russiske påvirkningsnettverket, inkludert Maria Zakharova fra russisk UD, viet dog oppmerksomhet til ”reinsdyrsaken” til det som fremstår som forsøk på å tegne et negativt bilde av Norge og til å skape splid mellom norske myndigheter, samer og dyreaktivist. Forsøket fikk lite spredning

og synes ikke å ha hatt effekt. Det viser imidlertid at Russland er oppmerksomme på konfliktlinjer og saker i Norge som kan utnyttes til informasjonspåvirkning, og bruke anledninger som byr seg.

Lenker til innhold fra det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket spres av autentiske norske profiler på Facebook og X/Twitter, hovedsakelig i miljøer som uttrykker lav tillit til norske medier og politikere. Vi fant ingen tegn på at noen av disse profilene var inautentiske eller utenlandske. Dette viser at selv om ingen utenlandske aktører har forsøkt å målrette innhold fra det russiske påvirkningsnettverket mot nordmenn, finner russisk innhold likevel veien inn i norske miljøer hvor det kan ha klangbunn.

Vi beskriver to forsøk fra utenlandske aktører på å påvirke nordmenn ved bruk av koordinert, inautentisk adferd. Det ene er et nettverk som promoterer en yemenittisk imam, den andre er en etiopisk kampanje som retter seg mot norske politikere og medier. Ingen av dem synes å ha som mål å påvirke eller undergrave forhold som er relevant for vår kartlegging, og de hadde begrenset spredning med sannsynligvis liten til ingen effekt. Den eneste klyngen av koordinert lenkedeling som er rettet mot et norsk publikum i perioden, består hovedsakelig av lenker til nettsider og profiler på sosiale medier med innhold om kryptovaluta, påstått finansiell rådgivning og forbrukslån. Vi har ikke ansett dette som relevant for dette oppdraget og har derfor ikke undersøkt det ytterligere.

Et tydelig funn er inautentisk adferd, som koordinert lenkedeling og falske kontoer, forblir et problem på Facebook og X/Twitter til tross for EUs Digital Services Act og plattformenes uttalte forsøk på å rydde opp. Selv om relevante funn på Telegram var av begrenset omfang, var det her «reinsdyrsaken» dukket opp først. Dette samsvarer med andre rapporter som peker på en stor økning i antall brukere på Telegram og hvordan den har blitt en foretrukket kanal for både Russland og andre grupper til å plante desinformasjon som så sprer seg videre til andre plattformer derfra.¹⁰⁸ TikTok er også en høyst relevant plattform å inkludere på grunn av relevante funn og ikke minst dens popularitet, spesielt i yngre målgrupper. Det er imidlertid en betydelig teknisk begrensning ved kartlegging på videoplattformer som TikTok at automatisk analyse av film foreløpig ikke er mulig i det omfanget som kreves.

¹⁰⁸ Gigitashvili, G. (5 sep. 2023). *Anti-Ukraine Telegram network targets audiences in nine languages*. Hentet fra DFR Lab: <https://dfrlab.org/2023/09/05/anti-ukraine-telegram-network-targets-audiences-in-nine-languages/>; ISD. (26 okt. 2022). *A false picture for many audiences: How Russian-language pro-Kremlin Telegram channels spread propaganda and disinformation about refugees from Ukraine*. Hentet fra Institute for Strategic Dialogue (ISD): https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/a-false-picture-for-many-audiences-how-russian-language-pro-kremlin-telegram-channels-spread-propaganda-and-disinformation-about-refugees-from-ukraine/

8.2 Betragtninger

Denne kartleggingen, som alle kartlegginger av aktiviteter og fenomener på sosiale medier, har en rekke tekniske, juridiske og ressursmessige begrensninger. Tilgangen på data varierer fra plattform til plattform. På grunn av et strengt personvern kan vi kun samle inn data fra åpne kilder, noe som ekskluderer lukkede grupper og kanaler. I tillegg har vi gjort nødvendige avgrensninger mht. antall plattformer, tidsperiode, analysevalg og datagrunnlag denne kartleggingen baserer seg på. I sum betyr det at det vil være blindsoner vi ikke har undersøkt, og det kan ikke utelukkes at utenlandske aktører har forsøkt å påvirke nordmenn gjennom plattformer, metoder eller lukkede fora vi ikke har undersøkt. Vår vurdering er likevel at det er lite sannsynlig at en utenlandsk aktør ville vært i stand til å gjennomføre en vellykket påvirkningsoperasjon mot nordmenn i perioden uten at vi hadde sett tegn på det i våre undersøkelser.

Vår kartlegging viser at plattformene vi har undersøkt fortsatt brukes av påvirkningsaktører og at Metas og X/Twitters begrensede innsats for å bekjempe problemet med falske kontoer, botnettverk og desinformasjon har hatt liten effekt. Dette støttes også av annen forskning.¹⁰⁹ Den krypterte og umodererte plattformen Telegram har seilt opp som mange påvirkningsaktørers foretrukne plattform å plante innhold på, hvorfra det spres til andre sosiale medier av både autentiske og inautentiske profiler, noe som tåkelegger opprinnelsen. Telegram vil derfor være en relevant plattform å inkludere for fremtidige undersøkelser. Det samme er TikTok basert på sin utbredelse og eksponeringsflate ovenfor spesielt barn og unge. Det er imidlertid store utfordringer knyttet til å kartlegge påvirkningsaktivitet på TikTok, all den tid det ikke finnes fullgode, tilgjengelige dataverktøy som kan automatisk analysere enorme mengder film fra plattformen. Dette kan endres i fremtidige kartlegginger i takt med den teknologiske utviklingen.

Den samme teknologiske utviklingen som kan gi oss bedre verktøy, vil samtidig utfordre metodene og mulighetene for å gjøre slike kartlegginger som denne. Generativ kunstig intelligens står på terskelen til å kunne utgjøre et potensielt paradigmeskifte for mulighetsrommet påvirkningsaktører kan benytte. Nettsider og innhold i form av tilsynelatende autentisk tekst, bilder, film og lyd, samt profiler og deres adferd på sosiale medier, vil kunne automatiseres og skreddersys til bestemte målgrupper ned på individnivå. Hvis både formidlingsplattformene og innholdet som skapes og deles i tillegg kan reproduseres med eksponentiell vekst, er det usikkert hvordan sosiale medier og internett slik vi kjenner det i dag vil se ut og brukes.

Denne kartleggingen er basert på å fange opp aktørers *handlinger*. Denne gangen var funnene såpass begrenset, med liten målretting eller spredning, at vi vurderer at de sannsynligvis ikke hadde noen effekt på de parameterne vi undersøkte. Selv om vi benytter modeller for å sannsynliggjøre effekt, innebærer en slik analyse likevel en ikke ubetydelig grad av subjektivitet. Å påvise en kausal sammenheng mellom påvirkningsaktiviteter (handlinger) og effekt på en målgruppe er svært krevende. For å måle effekt, bør man kartlegge nordmenns holdninger og oppfatninger på en mengde ulike tema over tid. Dette er utenfor rammene til dette prosjektet. Ideelt sett bør en slik kartlegging gjøres parallelt med en kartlegging av den typen vi har gjort her, som tar for seg de samme temaene. Da vil man kunne se korrelasjoner mellom handling og effekt.

¹⁰⁹ Strategic Communications (2023).

Mens det vil kunne gi et bedre grunnlag for å vurdere effekter av påvirkningsoperasjoner, kommer man ikke unna at vurdering av effekt vil være forbundet med usikkerhet. For eksempel, en kartlegging som denne vil kunne avdekke om en utenlandsk aktør har forsøkt å svekke nordmenns tillit til norske politikere. En parallell måling av holdninger og oppfatninger som viser at nordmenns tillit til politikere er svekket vil vise en korrelasjon. Det er imidlertid mange forhold som kan ha bidratt til svekkelsen, og hvorvidt – eller i hvor stor eller liten grad – den skyldes den utenlandske påvirkningen vil være svært krevende å vite.

Til sist, dette er en kartleggingsstudie som leveres ca. 2,5 måned etter at valget er gjennomført. Dersom vi hadde påvist at en eller flere utenlandske aktører hadde forsøkt å påvirke nordmenn med sannsynlig effekt, ville skaden allerede ha skjedd. Mens det er viktig med slike forskningsrapporter for å utvikle dybdekunnskap som kan brukes til å utvikle strategier for forebygging og håndtering, dekker de ikke det operative behovet norske myndigheter har for å kunne avdekke og redusere mulige effekter i sanntid.

Vedlegg

A OSINT-manual

Fremgangsmetode: Gjennomgang av potensielle problematiske profiler

Analyse av inautentisk adferd og de profilene som utviser det baserer seg på en systematisk gjennomgang basert på ABCDE-rammeverket og ved bruk av OSINT (Open Source Intelligence) verktøy som inneholder både algoritmebaserte og manuelle elementer. Tilgangen sikrer en høy kvalitetsstandard og ensartet metode på tvers av analyser.

ABCDE-rammeverket er utviklet av James Pamment, og gir en rekke analyseparametere innenfor de fire kategoriene: Actor, Behavior, Content, Degree, Effect.¹¹⁰

Vurdering av individuelle profiler

I arbeidet med å vurdere inautentiske profiler brukes et vurderingsskjema med en rekke parametere som besvares ja/nei, for å sikre en ensartet vurdering på tvers av analysen. Vurderingsskjemaet overlapper med ABC-delen av rammeverket som ytterligere brukes til å utvide analysen.

Tabell A.1 Vurderingsskjema for å vurdere hvorvidt en profil er inautentisk eller ei.

Vurderingsparametere for inautentiske profiler	
Identitet	Profilbildet er GAN-generert, et stockphoto, eller tatt fra internett
	Profilens navn og navn i URL er forskjellige
	Deler navn med flere potensielt inautentiske profiler
Aktivitet	Poster i bursts (mer enn 4 ganger på 2 minutter)
	Aktiv i flere grupper eller sammenheng med forskjellige språklige eller geografiske tilknytningsområder
	Deler innlegg uten oppfølgende aktivitet
	Deler innlegg, men har ingen eller nesten ingen annen aktivitet på sin profil

¹¹⁰ Pamment, J. (Sep. 2020). The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting a Disinformation Framework. Carnegie Endowment for International Peace Working Paper.

Nettverk	Mange følgere men lav eller ingen interaksjon
	Følger eller blir fulgt av falske profiler
Innhold	Deler lenker som virker koordinerte (Coordinated Link Sharing Behaviour)
	Videredeler russisk- eller kinesisk-affilierte medier fra vår database av kilder i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket
	Tekst virker maskinoversatt
	Aktiv på flere språk, særlig russisk eller kinesisk og atypiske kombinasjoner

Actor (aktør): Er profilen tilknyttet til vår database av kilder i det russiske eller kinesiske påvirkningsnettverket ved f.eks. lenkedeling eller følgere?

Behaviour (adferd): Er der tegn på koordinert eller inautentisk adferd via lenkedeling eller burst-aktivitet?

Content (innhold): Deles det kjent feilinformasjon, hvem er den sannsynlige målgruppen, og hvilket språk kommuniseres det på?

Kvalitativ vurdering

Kvalitativt og kvantitativt ses det på potensielle mønstre i for eksempel delingen av lenker på tvers av profiler, men også emner som florerer på sosiale medier. D og E i rammeverket fokuserer dermed på det bredere økosystemet som profilene inngår i.

Degree (grad): Her ses det på spredningen og interaksjon som innholdet har oppnådd, hvilke kanaler og plattformer blir brukt, og på tegn av botnettverk eller innhold som er påvirket av inautentisk aktivitet .

Effect (effekt): Hva kan den ønskede effekten med funnene være i forhold til den overordnede analysen og kontekst?

B Populasjoner

Populasjonsoversikt over aktører i de to påvirkningsnettverkene

For å kunne vurdere og gjenkjenne relevante profiler, er det laget to populasjoner for henholdsvis russiske og kinesiske aktører innenfor rammeverket “5 Pillars of Disinformation”. Her brukes de første tre pilarene til å kategorisere aktører.

Følgende data er samlet om hver aktør:

1. Navn
2. Pilar
3. Følgende lenker, hvis de finnes:
 - a. Facebook
 - b. Domain (hjemmeside)
 - c. Youtube
 - d. TikTok
 - e. Telegram
4. Kilde for Pilar-vurdering

Tabell B.1 Oversikt over inklusjonskriterier for hvordan populasjonene er bygget opp, samt samlet antall av aktører per pilar

Type	Inklusjonskriterier	Kilder
Pilar 1: Official Government Communication (182 aktører)		
Ambassader og konsulater Departementer Personer som arbeider for staten	Profilen er en offisiell profil fra enten en del av staten, eller en person som arbeider for staten	Profil er markert som “government official” av plattformen selv
Pilar 2: State-funded Global Messaging (379 aktører)		
Nyhetsmedier Blogs og bloggere	Medier og informasjonskanaler som er statsstøttet	Profil er markert som “state-controlled media» av plattformen selv

	Varianter av statsaffilierte aktører, f.eks. flere versjoner av én nyhetskanal	Profil inngår i en liste av statskontrollerte medier i rapporter, journalistikk eller annen faglitteratur
Pilar 3: Cultivation of Proxy Sources (444 aktører)		
Hjemmesider og fora Nyhetsmedier Bloggere/influencers og lignende aktører som deler informasjon på nettet	Fremstår som uavhengige, men er statsaffilierte eller under innflytelse av staten Deler og forsterker narrativer som staten har interesse i å spre	Profil inngår i en liste av statskontrollerte medier i rapporter, journalistikk, eller annen faglitteratur

Populasjonsoversikt over norske Facebook-sider

For å gjennomføre analysene våre på Facebook har vi samlet inn kommentarer til innlegg på norske Facebook-sider i perioden. Dette har vi gjort for norske medier og norske partipolitiske sider, via Facebook sitt offentlig tilgjengelig API for Facebook-sider.

For norske medier har vi søkt etter kommentarer til innlegg fra 385 norske medie-sider på Facebook. Dette inkluderer lokale, regionale og nasjonale medier.

For norske partipolitiske organisasjoner har vi søkt etter kommentarer til innlegg fra 3 456 norske partipolitiske sider på Facebook. Dette inkluderer Facebook-sider for lokale, regionale og nasjonale partiorganisasjoner, samt politiske talspersoner for samtlige parti som er innvalgt på Stortinget og Sametinget, samt Norgesdemokratene, Konservativt, Industri- og Næringspartiet, Liberalistene, Helsepartiet, partiet Sentrum, Pensjonistpartiet og Folkets Parti.

C Søkeordlister for å avgrense relevant innhold

For å både innsamle og avgrense relevant data benytter vi oss av en rekke søkeordlister. Tilsvarende undersøkelser som vår benytter seg av samme metode. Vi benyttet også denne metoden da vi kartla om stortingsvalget i 2021 hadde blitt utsatt for utenlandsk påvirkning.

I vårt arbeid har vi arbeidet med fire søkeordlister:

1. Søkeord om valget
2. Søkeord om Norge og norske interesser
3. Søkeord for å innfange omtale av verdens land
4. Søkeord om norske tema

Søkeord om valget

For å avdekke relevant omtale av kommunestyre- og fylkestingsvalget 2023 har vi benyttet oss av søkeordlister. Disse er oppdelt i tre overordnede emner. Utover det overordnede tema, har vi manuelt kategorisert hvert søkeord som nøytralt eller kritisk. F.eks. er søkeordet «valgfuske» kategorisert som kritisk, mens «valgseier» er kategorisert som nøytralt. Begge tilhører emnet valg gjennomføring.

Valgsystemet (42 søkeord)

Søkeord innenfor valgsystem handler om selve valget, og inneholder ord som “kommunevalg” og “valgopptelling”. Det er derfor de ordene man muligens assosierer først med valg og den gjengse samtale om valg.

Valggjennomføring (46 søkeord)

Disse søkeordene omhandler spesifikt gjennomførelsen av valget, og å sette spørsmålstegn ved dette. Søkeord inneholder for eksempel “rigget valg” og “ugyldige stemme” - denne søkenøkkel regnes med å samle den kritiske samtalen omkring valget.

Valgdeltakelse (24 søkeord)

Søkeord innenfor valgdeltakelse omhandler selve handlingen å stemme. Valgdeltakelse inneholder både oppfordringer til å stemme og oppfordringer til ikke å stemme, og dermed kan det muligens finnes innlegg som ikke blir fanget opp av de to forrige søkeordlistene.

Søkeord om Norge og norske interesser (dyptgående søkeordliste)

For å kartlegge omtalen av Norge og norske interesser i det russiske og kinesiske påvirkningsnettverket har vi utviklet en liste med søkeord som definerer norske interesser. Listen består av ord på engelsk (fordi vi søker i oversatt innhold fra en rekke språk) og norske navn og stedsnavn.

Søkeordlisten består av 193 søkeord og omfatter ord som Norway, Norwegian, norske partiledere, norske riks- og regionsaviser, sittende ministre i perioden som er undersøkt, de 20 største

norske selskaper målt på omsetning inkl. deres direktører, samt geografiske områder i Norge. Vi kaller denne for vår dyptgående søkeordsliste, da vi også har søkt komparativt etter omtale av alle verdens land (vår komparative søkeordsliste).

Verdens land, statsledere og utenriksministre

For å ha et sammenligningsgrunnlag for våre funn om de to påvirkningsnettverkene omtale av Norge i den undersøkte perioden har vi søkt spesifikt etter omtale av 244 nasjoner og biland. Vi har også inkludert nåværende statsledere, statsoverhoder og utenriksministre for medlemslandene av FN.

Norsk emnemodell

For å kunne innfange samtalen om norsk samfunnsliv og politikk på X/Twitter, har vi benyttet oss av en egenutviklet emnemodell om norske tema. Modellen inneholder 13 overordnede tema, som til sammen har 95 underkategorier. Hver kategori består av en rekke søkeord. Til sammen består hele modellen av over 2900 søkeord.

Modellen består av følgende overordnede tema:

- Fritid
- Grønn omstilling
- Helse og sunnhet
- Justis og sikkerhetspolitikk
- Utdanning
- Utenrikspolitikk
- Velferd
- Verdipolitikk
- Økonomi og finans
- Kultur, medier og kongehus
- Forskning og teknologi
- Koronavirus og vaksinerings
- Ukraina-krigen

Formålet med å bruke emnemodellen har vært å innfange innhold som handler om Norge, men ikke å lage en absolutt oversikt over alt som diskuteres i Norge.

Referanser

- @MariaVladimirovnaZakharova. (u.d.). *Mari aVladimirovna Zakharova*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/s/MariaVladimirovnaZakharova>
- @srochnow. (25 aug. 2023). *Директорат сельского хозяйства Норвегии запретил домашним оленям, которые до сих пор пересекали границу с Россией и съедали ягель в заповеднике "Пасвик", пересекать границу, а 40 животных, которых удалось вернуть на родину, пришлось забить, сообщил директ.* Hentet fra Telegram: <https://t.me/srochnow/40801>
- @stranaua. (25 aug. 2023). *Norway Upgrades Border Fence With Russia to Stop Reindeer Crossings*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/stranaua/120199>
- @tikandelaki. (26 aug. 2023). *В Норвегии убили 40 оленей, пересекивших границу с Россией*. Hentet fra Telegram: <https://t.me/tikandelaki/16326>
- Acker, A., & Donovan, J. (2019). *Information, Communication & Society*, 22(11), 1590-1609. doi:10.1080/1369118X.2019.1645194
- Baker-White, E., Martin, I. (1 des. 2022). *On Tiktok, Chinese State Media Pushes Divisive Videos About U.S. Politicians*. Hentet fra Forbes: <https://www.forbes.com/sites/emilybaker-white/2022/11/30/tiktok-chinese-state-media-divisive-politics/>
- Basch, C. H., Meleo-Erwin, Z., Fera, J., Jaime, C., & Basch, C. E. (2021). A global pandemic in the time of viral memes: COVID-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 17(8), 2373-2377
- Bergengruen, V. (21 mars 2022). *How Telegram Became the Digital Battlefield in the Russia-Ukraine War*. Hentet fra Time: <https://time.com/6158437/telegram-russia-ukraine-information-war/>
- Bestvater, S., Shah, S., Rivero, G., & Smith, A. (16 juni 2022). *Politics on twitter: One-third of tweets from US adults are political*. Hentet fra Pew Research Center: <https://policy-commons.net/artifacts/2473380/politics-on-twitter/3495451/>
- Britannica. (u.d.). *mahdī*. Hentet fra Britannica: <https://www.britannica.com/topic/mahdi> den 20 oktober 2023
- Calma, J. (31 mai 2023). *Twitter just closed the book on academic research*. Hentet fra The Verge: <https://www.theverge.com/2023/5/31/23739084/twitter-elon-musk-api-policy-chilling-academic-research>

-
- Cardier, A., Labbé, C., Padovese, V., Pozzi, G., Badlilini, S., Schmid, R., Roache, M., & Brewster, J. (2022). *WarTok: TikTok is feeding war disinformation to new users within minutes - even if they don't search for Ukraine-related content*. NewsGuard Misinformation Monitor. Hentet fra: <https://newsguardtech.com/misinformation-monitor/march-2022>
- Charon, P., & Vilmer, J. B. (2021). *Chinese Influence Operations: A Machiavellian Moment*. Paris: Institute for Strategic Research (IRSEM). Hentet fra <https://irsem.fr/report.html>
- Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2010). Who is Tweeting on Twitter: Human, Bot, or Cyborg? *ACSAC '10: Proceedings of the 26th Annual Computer Security Applications Conference* (ss. 21-30). New York: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/1920261.1920265.
- Cook, S. (2020). *Special Report 2020: Beijing's Global Megaphone*. Freedom House. Hentet fra https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijings-global-megaphone#footnote8_40knrr0
- Cook, S., Datt, A., Young, E., & Han, B. (2022). *Beijing's Global Media Influence*. Freedom House.
- CrowdTangle. (u.d.). *What Data is CrowdTangle Tracking?* Hentet fra CrowdTangle: <https://help.crowdtangle.com/en/articles/1140930-what-data-is-crowdtangle-tracking>
- Culloty, E., & Suiter, J. (2021). *Disinformation and Manipulation in Digital Media*. Routledge
- Dai, Y., & Luqiu, L.R. (mai 2022). Wolf Warriors and Diplomacy in the New Era: An Empirical Analysis of China's Diplomatic Language. *The China Review*, 22(2), 253-283. Hentet fra: <https://www.jstor.org/stable/48671506>
- Datatilsynet. (juli 2019). *Behandlingsansvarlig og databehandler*. Hentet fra Datatilsynet: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/databehandleravtale/behandlingsansvarlig-og-databehandler/> den 4 september 2023.
- Datatilsynet. (juli 2023). *Hvordan lage en databehandleravtale?* Hentet fra Datatilsynet: <https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/databehandleravtale/hvordan-lage-en-databehandleravtale/> den 4 september 2023
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (12 feb. 2019). *Forskningsetisk veileder for internettforskning*. Hentet fra forskningsetikk.no: <https://www.forskningsetikk.no/retningslinjer/hum-sam/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning/>
- DiResta, R., Miller, C., Molter, V., Pomfret, J., & Tiffert, G. (2020). *Telling China's Story: The Chinese Communist Party's Campaign to Shape Global Narratives*. Stanford Internet Observatory.

-
-
- Discover Xinjiang. (u.d.). @DXinjiang twitter profile. Hentet fra Twitter: <https://twitter.com/DXinjiang> den 4 september 2023
- DNI. (2017). *Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections*. Office of the Director of National Intelligence. Hentet fra https://www.dni.gov/files/documents/ICA_2017_01.pdf
- Etterretningstjenesten. (2023). *Fokus 2023: Etterretningstjenestens vurdering av aktuelle sikkerhetsutfordringer*. Hentet fra: <https://www.etterretningstjenesten.no/publikasjoner/fokus/fokusnorsk/Fokus2023%20-%20NO%20-%20Weboppslag%20v3.pdf>
- EU. (21 juli 2021). *Tackling Disinformation, Foreign Information Manipulation & Interference*. Hentet fra European Union External Action Service: https://www.eeas.europa.eu/eeas/tackling-disinformation-foreign-information-manipulation-interference_en
- EUvsDisinfo. (4 januar 2016). *DISINFO: The current Bulgarian prime minister Boiko Borissov is connected with...* Hentet fra EUvsDisinfo: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-current-bulgarian-prime-minister-boiko-borissov-is-connected-with>
- Facebook. (u.d.). *Suad Ye*. Hentet fra Facebook: <https://www.facebook.com/suadxinxin> den 20 oktober 2023
- Fausko, L., Bugge, S., Øvrebø, E. F., & Myrvang, S. E. (11 sep. 2023). *Ny valgtabbe: Glemte å sette frem lister for nytt parti*. Hentet fra VG: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/EQnGL2/ny-kommune-med-valgtabbe-skall-ikke-skje>
- Fife, R. & Chase, S. (17 feb. 2023). *CSIS documents reveal Chinese strategy to influence Canada's 2021 election*. Hentet fra The Globe and Mail: <https://www.theglobeandmail.com/politics/article-china-influence-2021-federal-election-csis-documents>
- Fisher, J., & Tsheyahe Gebrewahd, M. (2018). 'Game over'? Abiy Ahmed, the Tigrayan People's Liberation Front and Ethiopia's political crisis. *African Affairs*, 1-12. doi:<https://doi.org/10.1093/afraf/ady056>
- Geonames. (u.d.). *Geonames Countries*. Hentet fra Geonames: <https://www.geonames.org/countries/> den 18 september 2023.
- Giglietto, F., Righetti, N., Rossi, L., & Marino, G. (2020). It takes a village to manipulate the media: coordinated link sharing behavior during 2018 and 2019 Italian elections. *Information, Communication & Society*, 23(6), 867-891. Hentet fra: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1739732>

-
- Gigitashvili, G. (5 sep. 2023). *Anti-Ukraine Telegram network targets audiences in nine languages*. Hentet fra DFR Lab: <https://dfrlab.org/2023/09/05/anti-ukraine-telegram-network-targets-audiences-in-nine-languages/>
- Global Engagement Center. (2020). *GEC Special Report: Russia's Pillars of Disinformation and Propaganda*. U.S. Department of State. Hentet fra: <https://www.state.gov/russias-pillars-of-disinformation-and-propaganda-report/>
- Global Engagement Center. (2023). *Special Report How the People's Republic of China seeks to reshape the global information environment*. Hentet fra https://www.state.gov/wp-content/uploads/2023/09/HOW-THE-PEOPLES-REPUBLIC-OF-CHINA-SEEKS-TO-RESHAPE-THE-GLOBAL-INFORMATION-ENVIRONMENT_Final.pdf
- Golovchenko, Y. (2020). Measuring the scope of pro-Kremlin disinformation on Twitter. *Humanities and social sciences communications*, 7, 1-11. doi:<https://doi.org/10.1057/s41599-020-00659-9>
- Golovchenko, Y., Buntain, C., Eady, G., Brown, M. A., & Tucker, J. A. (2020). Cross-Platform State Propaganda: Russian Trolls on Twitter and YouTube during the 2016 U.S. Presidential Election. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 333-544. Hentet fra: <https://doi-org.ep.fjernadgang.kb.dk/10.1177/1940161220912682>
- Hailu, B. (2023). The Zone 9 Bloggers and Activism Collective: Civil Society and Online Activism in Addis Ababa. i C. Pellerin, & L. Cochran, *Citizens, Civil Society, and Activism under the EPRDF Regime in Ethiopia: An Analysis from Below* (ss. 149-172). McGill-Queen's University Press. doi:10.1515/9780228017851.
- Hallward, L., Feng, O., & Duncan, L. R. (aug. 2023). An exploration and comparison of #BodyPositivity and #BodyNeutrality content on TikTok. *Eat Behav.*, 50. doi:10.1016/j.eatbeh.2023.101760
- Hassaniyan, A. (1 nov. 2022). *How Longstanding Iranian Disinformation Tactics Target Protests*. Hentet fra Fikra Forum: <https://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/how-longstanding-iranian-disinformation-tactics-target-protests>
- Herasimenka, A., Bright, J., Knuutila, A., & Howard, P. N. (2023). Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: the case of telegram. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(2), 198-212. doi:10.1080/19331681.2022.2076272. ss. 198-199
- Hotvedt, S. K. (17 juli 2023). *16 tiltalt for alvorlig valgfusk i Michigan*. Hentet fra NRK: <https://www.nrk.no/urix/16-tiltalt-for-alvorlig-valgfusk-i-michigan-1.16487578>.

-
- Houreld, K. (21 mai 2023). *Rebel or bandit? His life illuminates Ethiopia's hidden insurgency*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/world/2023/05/21/ethiopia-oromiya-oromo-amhara/>
- Ipsos. (august 2023). *Sosiale Medier Tracker Q2'23: April - Juni 2023*. Hentet fra Ipsos: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-08/Ipsos%20SoMe-tracker%20Q2%202023.pdf>, s. 11.
- ISD. (26 okt. 2022). *A false picture for many audiences: How Russian-language pro-Kremlin Telegram channels spread propaganda and disinformation about refugees from Ukraine*. Hentet fra Institute for Strategic Dialogue (ISD): https://www.isdglobal.org/digital_dispatches/a-false-picture-for-many-audiences-how-russian-language-pro-kremlin-telegram-channels-spread-propaganda-and-disinformation-about-refugees-from-ukraine/
- Johnsen, N., & Nilsson, T. (24 sep. 2023). *Støre om Finnes' aksjekjøp: – Omfattende og alvorlig*. Hentet fra VG: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/3E3RR9/stoere-om-finnes-aksjekjoep-omfattende-og-alvorlig>.
- Kirchgaessner, S., Ganguly, M., Pegg, D., Cadwalladr, C., & Burke, J. (15 feb. 2023). *Revealed: the hacking and disinformation team meddling in elections*. Hentet fra The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2023/feb/15/revealed-disinformation-team-jorge-claim-meddling-elections-tal-hanan>
- Landbruksdirektoratet. (24 aug. 2023). *Slutt på ulovlig beiting i Russland*. Hentet fra <https://www.landbruksdirektoratet.no/nb/nyhetsrom/nyhetsarkiv/slutt-pa-ulovlig-beiting-i->
- Lov om behandling av personopplysninger (personopplysningsloven), LOV-2018-06-15-38 (Justis- og beredskapsdepartementet 15 juni 2018). Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-38>
- Lov om opphavsrett til åndsverk mv. (åndsverkloven), LOV-2018-06-15-40 (Kultur- og likestillingsdepartementet 15 juni 2018). Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2018-06-15-40>
- Krutrök, M. E. (juli 2021). Algorithmic Closeness in Mourning: Vernaculars of the Hashtag #grief on TikTok. *Social Media + Society*, 7(3). doi:10.1177/205630512111042396
- Menn, J., (22 feb. 2023). *Russian propagandists are buying Twitter blue-check verifications*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/02/22/russian-propagandists-said-buy-twitter-blue-check-verifications/>
- Merga, M. K. (2021). How can BookTok on TikTok inform readers' advisory services for. *Library and Information Science Research*, 43.

-
- Moe, H., & Larsson, A. O. (2013). UNTANGLING A COMPLEX MEDIA SYSTEM: A comparative study of Twitter-linking practices during three Scandinavian election campaigns. *Information, Communication & Society*, 16(5), ss. 775-794.
- Nato Strategic Communications Centre of Excellence. (2022). *Social Media Manipulation 2021/2022: Assessing the ability of social media companies to combat platform manipulation*. Hentet fra: https://stratcomcoe.org/publications/download/20220429_Social_media_manipulation-FOR-WEB.pdf
- Pamment, J. (Sep. 2020). The EU's Role in Fighting Disinformation: Crafting a Disinformation Framework. Carnegie Endowment for International Peace Working Paper.
- Politiets sikkerhetstjeneste. (2023). *Nasjonal trusselvurdering 2023*. Hentet fra: https://www.pst.no/globalassets/2023/ntv/ntv_2023_nor_web.pdf
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213-229. doi:doi.org/10.1177/0267323120922066
- Ryan, F., Bogle, A., Ruser, N., Zhang, A., & Impiombato, D. (2021). *Borrowing mouths to speak on Xinjiang*. ASPI International Cyber Policy Centre. Hentet fra <https://www.aspi.org.au/report/borrowing-mouths-speak-xinjiang>
- Schmitt, L. (2021). *What's in a tweet? Twitter's impact on public opinion and EU foreign affairs*. Hentet fra Documents CIDOB: https://www.cidob.org/en/publications/publication_series/documents_cidob/what_s_in_a_tweet_twitter_s_impact_on_public_opinion_and_eu_foreign_affairs
- Schori, M. (3 mars 2018). *SD drev hemlige trollsider – på Facebook*. Hentet fra Aftonbladet: <https://www.aftonbladet.se/nyheter/samhalle/a/1koV4J/sd-drev-hemliga-trollsider--pa-facebook>
- Sivertsen, E. G., Bjørgul, L., Lundberg, H., Endestad, I., Bornakke, T., Kristensen, J. B., Christensen, N. M., & Albrechtsen, T. (2022). *Uønsket utenlandsk påvirkning? - kartlegging og analyse av stortingsvalget 2021*. Rapport nr. 21/02746. Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Hentet fra: <https://www.ffi.no/publikasjoner/arkiv/uonsket-utenlandsk-pavirkning-kartlegging-og-analyse-av-stortingsvalget-2021>
- Sivertsen, E. G., Hellum, N., Bergh, A., Bjørnstad, A. L. (2021). *Hvordan gjøre samfunnet mer robust mot uønsket påvirkning i sosiale medier*. Rapport nr. 21/01237. Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Hentet fra <https://ffi-publikasjoner.archive.knowledge-arc.net/bitstream/handle/20.500.12242/2898/21-01237.pdf>

-
-
- SMAT. (2022). *[PUBLIC] SMAT - Kremlin Hunting*. Hentet fra: <https://docs.google.com/spreadsheets/u/0/d/11Dsqs0ks4RWGhZCgXBmslmYozXrXeKL3TT6ya-PEeYk/htmlview?pli=1#> den 23 oktober 2023
- Steel, B., Parker, S., & Ruths, D. (2023). The Invasion of Ukraine Viewed through TikTok: A Dataset. *ArXiv*. Hentet fra: <https://arxiv.org/abs/2301.08305>
- Steine, JE. (26 juli 2023). *Krever 47 mill. for ulovlig beiting*. Hentet fra NRK: <https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/russland-crever-47.-millioner-kroner-for-ulovlig-grensepassering-av-40-norske-rein-1.16495205>
- Stokel-Walker, C. (10 mars 2023). *Twitter's \$42,000-per-Month API Prices Out Nearly Everyone*. Hentet fra Wired: <https://wired.com/story/twitter-data-api-prices-out-nearly-everyone>
- Strategic Communications, Task Forces and Information Analysis (STRAT.2) Data Team. (feb. 2023). *1st EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats: Towards a framework for networked defence*. Hentet fra: <https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/2023/EEAS-DataTeam-ThreatReport-2023..pdf>
- The Voltaire Network. (29 mars 2016). *About Voltaire Network*. Hämtat från Voltaire Network: <https://www.voltairenet.org/article150341.html>
- Timberg, C. (10 sep. 2021). *Facebook made big mistake in data it provided to researchers, undermining academic work*. Hentet fra The Washington Post: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/10/facebook-error-data-social-scientists/>
- United Nations. (10 okt. 2023). *Ethiopia: United Nations Special Adviser warns of heightened risk of genocide and related atrocity crimes amid increased violent clashes in Tigray, Amhara, Afar and Oromi*. Hentet fra UN: https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/UN_Special_Adviser_statement_Ethiopia_101023.pdf
- Urman, A., & Katz, S. (2022). What they do in the shadows: Examining the far-right networks on Telegram. *Information, Communication & Society*, 25(7), 904-923. doi:DOI: 10.1080/1369118X.2020.1803946
- van Kampen, K., Laski, J., Herman, G., & Chan, T. M. (25 okt. 2022). Communication and Misinformation on TikTok: Cross-sectional Study. *JMIR Infodemiology.*, 2(2). doi:10.2196/38316
- Watts, C. (23 apr. 2021). *Russia's Disinformation Ecosystem - A Snapshot*. Hentet fra Selected Wisdom: <https://clintwatts.substack.com/p/russias-disinformation-ecosystem>

Wikipedia. (u.d.). *List of adjectival and demonymic forms for countries and nations*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_adjectival_and_demony-mic_forms_for_countries_and_nations, den 18 september 2023

Wikipedia. (u.d.). *List of current foreign ministers*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_current_foreign_ministers den 19 september 2023

Wikipedia. (u.d.). *List of state leaders in 2023*. Hentet fra Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_state_leaders_in_2023 den 19 september 2023

Yayla, A. S., & Speckhard, A. (2017). *Telegram: The Mighty Application that ISIS Loves*. ICSVE Brief Reports. Hentet fra: <http://www.icsve.org/brief-reports/telegram-the-mighty-application-that-isis-loves/>

Zhang, A., Wallis, J., & Bogle, A. (2021). Trigger warning: The CCP's coordinated information effort to discredit the BBC. *ASPI International Cyber Policy Centre*. Hentet fra [tps://www.aspi.org.au/report/trigger-warning](https://www.aspi.org.au/report/trigger-warning)

Om FFI

Forsvarets forskningsinstitutt ble etablert 11. april 1946. Instituttet er organisert som et forvaltningsorgan, med særskilte fullmakter underlagt Forsvarsdepartementet.

FFIs formål

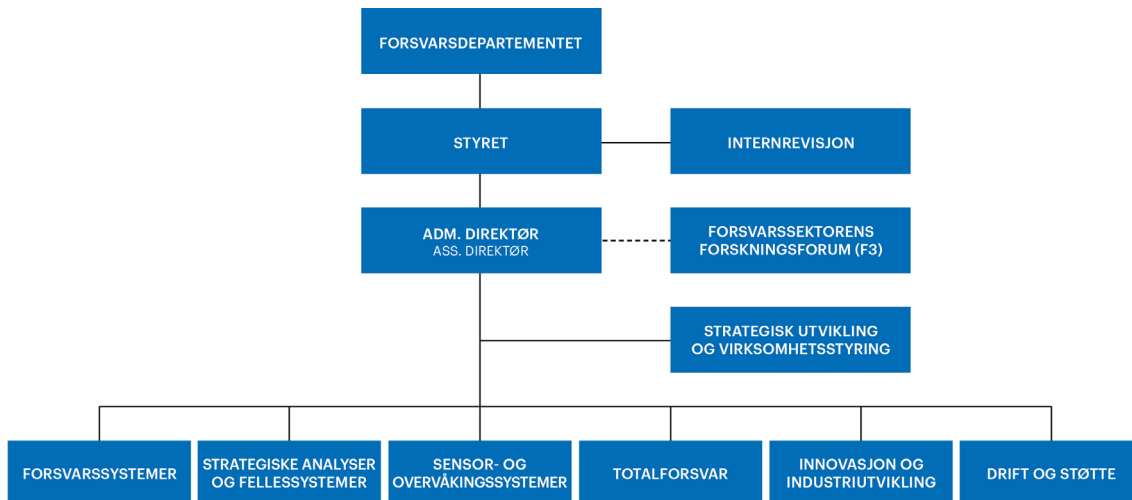
Forsvarets forskningsinstitutt er Forsvarets sentrale forskningsinstitusjon og har som formål å drive forskning og utvikling for Forsvarets behov. Videre er FFI rådgiver overfor Forsvarets strategiske ledelse. Spesielt skal instituttet følge opp trekk ved vitenskapelig og militærteknisk utvikling som kan påvirke forutsetningene for sikkerhetspolitikken eller forsvarsplanleggingen.

FFIs visjon

FFI gjør kunnskap og ideer til et effektivt forsvar.

FFIs verdier

Skapende, drivende, vidsynt og ansvarlig.



Forsvarets forskningsinstitutt (FFI)
Postboks 25
2027 Kjeller

Besøksadresse:
Kjeller: Instituttveien 20, Kjeller
Horten: Nedre vei 16, Karljohansvern, Horten

Telefon: 91 50 30 03
E-post: post@ffi.no
ffi.no

Norwegian Defence Research Establishment (FFI)
PO box 25
NO-2027 Kjeller
NORWAY

Visitor address:
Kjeller: Instituttveien 20, Kjeller
Horten: Nedre vei 16, Karljohansvern, Horten

Telephone: +47 91 50 30 03
E-mail: post@ffi.no
ffi.no/en